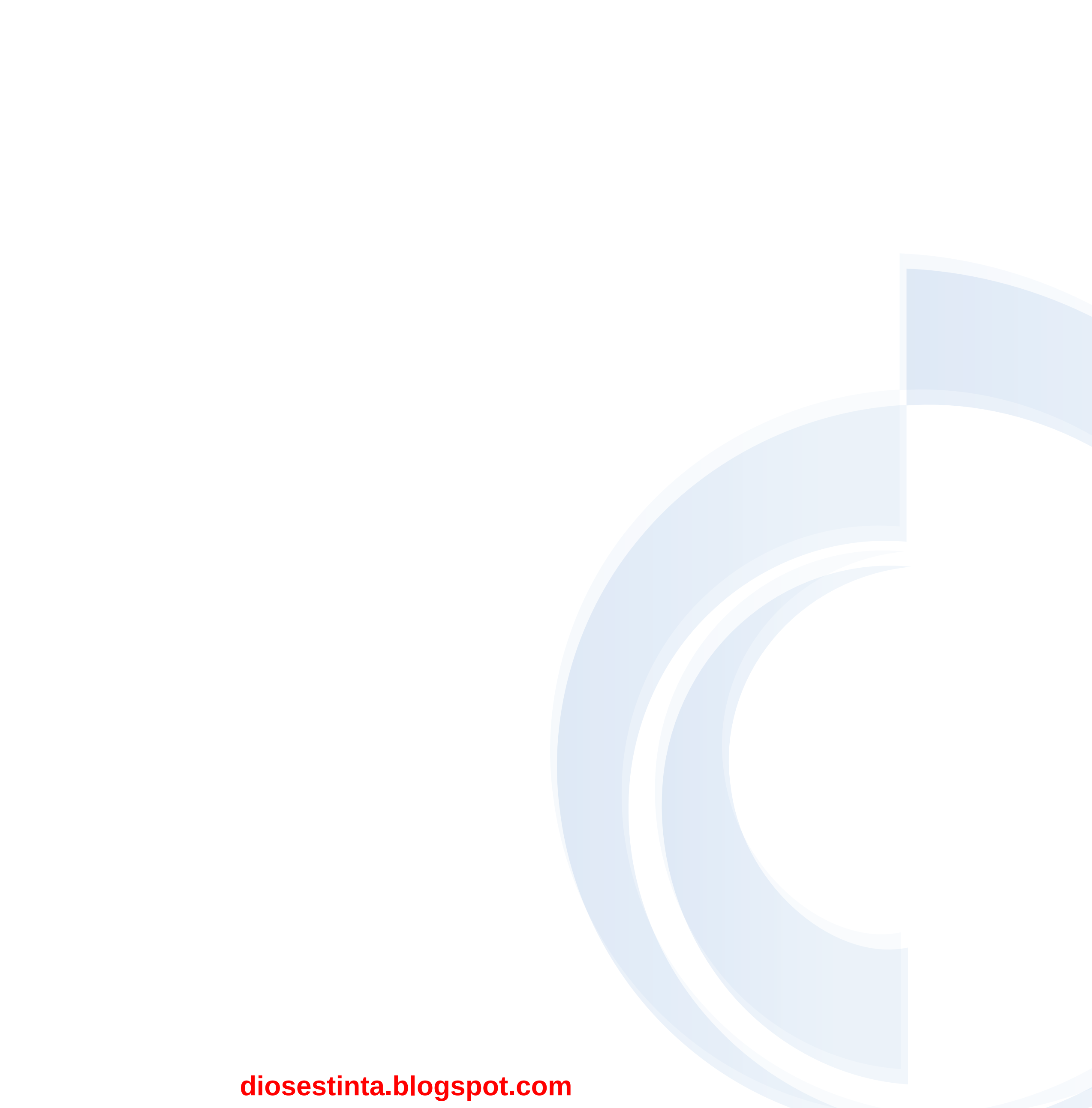


Web 2.0 para empresarios

Corporación Colombia Digital
Bogotá, Colombia - Julio 2011
ISBN 978-958-99999-0



Web 2.0 para empresarios

Corporación Colombia Digital
Bogotá, Colombia - 2011

>Presentación

Corporación Colombia Digital

Los avances tecnológicos a partir de los cuales se mueve el mundo representan oportunidades y retos para los países en desarrollo, que de no estar a la par en equipo humano y tecnológico, posiblemente no logren buenos niveles de crecimiento económico y social. A partir de este reto y de la intención de contribuir a hacer de Colombia un país más competitivo y con mejor calidad de vida, en el 2002 nace la Corporación Colombia Digital (CCD). Fue creada en el marco de la norma de ciencia y tecnología, con la participación de entidades públicas (Ministerio de Comercio Exterior, hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Ministerio de Comunicaciones, hoy Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC; SENA, entre otros), empresariales y de la academia.

Somos una organización de derecho privado, sin ánimo de lucro, que desde sus orígenes y gracias a la sinergia del sector público con el privado, ha tenido el firme propósito de promover el uso y apropiación de las TIC como herramienta para el desarrollo social y productivo, en un entorno en el que la fuente principal de la riqueza y el bienestar esté basada en el conocimiento.

Estamos trabajando por constituirnos en una organización líder en la promoción, producción y apropiación de TIC, al considerar que estas herramientas juegan un papel de primera línea en facilitar y posibilitar que localidades, regiones y naciones puedan formar parte de las llamadas sociedades del conocimiento. La ciencia y la tecnología, la capacidad de innovar, son para la CCD requisitos básicos para la generación de riqueza, capital y el mejoramiento de la calidad de vida.

La CCD es una organización que se financia mediante su participación en proyectos relacionados con las TIC en los ámbitos público y privado. En relación con el medio empresarial, destacamos la participación en la ejecución del Programa Mipyme Digital en su fase piloto y sus versiones posteriores en el año 2009. Con éste se buscó promover el uso y apropiación de la TIC en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas - Mipymes - colombianas, en aras de propiciar un cambio cultural en la mentalidad y las prácticas de más de mil trecientos microempresarios colombianos en relación con el uso de la tecnología e impactar, así, su productividad y competitividad. En la actualidad (2011), la CCD apoya al Ministerio de las TIC en la ejecución del Plan Vive Digital Regional en el que las empresas juegan un papel vital.

El **portal Web** se ha ido convirtiendo en un importante sitio de referencia para empresarios, principalmente a

través de la sección Emprenda TIC. En esta se ofrecen recursos de gran utilidad, fáciles de manejar y de acceso sencillo, que pueden contribuir en gran medida a poner en marcha actitudes innovadoras en diversos campos de la empresa. Se narran y documentan, semana a semana, historias empresariales con el fin de ilustrar la inclusión de las TIC en el sector productivo.

Actualmente nos convoca un gran desafío y es el de la formación de nuestros visitantes y seguidores, brindándoles recursos para generar y afianzar sus capacidades de interacción en la Web. Con este objetivo en mente, el libro “Web 2.0 para Empresarios” se presenta como un recurso de gran utilidad. Procuramos poner de manifiesto, en sus diferentes capítulos, cómo las TIC se constituyen en herramientas apropiadas para potenciar actividades relacionadas con la formación, la productividad y el desarrollo empresariales. Esperamos, estimados lectores, vean en cada una de las herramientas tecnológicas que en este se ilustran, oportunidades para potenciar sus organizaciones en un mundo cada vez más pequeño y al alcance de todos, en la medida en que sepamos utilizar las TIC de manera adecuada.



Corporación Colombia Digital

Director Ejecutivo:
Rafael Orduz

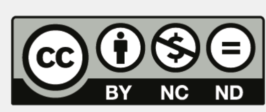
Autores:
Álvaro Rodríguez
Ana Cecilia Mejía
Ángela Bohórquez
Hugo Torres
Jesús Arturo Pérez
Laura Ayala
Lucy Medina
María Juliana Tobón
Mayerly Rodríguez
Oswaldo Ospina
Rafael Orduz

Equipo de Edición:
Ángela Bohórquez
Rafael Orduz
María Juliana Tobón

Diagramación:
Mago Creativos

Bogotá, Colombia
Julio 2011

ISBN 978-958-99999-0



>Contenido

>Introducción

Empresarios, a aplicar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC - en sus negocios para vender y producir más y mejor; de lo contrario, los dejará el tren.

Vivimos la mayor y más veloz revolución tecnológica en la historia

Nunca antes en la historia de la humanidad se había difundido de manera tan vertiginosa el uso de nuevas tecnologías como las de la información y las comunicaciones. A finales del año 2000 había en el mundo 361 millones de usuarios de Internet; diez años más tarde, esta cifra ha aumentado a dos mil millones de usuarios[1]. **¡Prácticamente el 30% de los habitantes del planeta navegan hoy por la Red!**

Si se examina el fenómeno de los celulares, la propagación ha sido aún más dramática. **Al finalizar la primera década del siglo XXI, se contaba con 5.300 millones de suscripciones móviles en el mundo** y, de ellas, casi 1000 millones corresponden a los servicios de tercera generación (3G)[2]. Formas tradicionales de comunicación, como la de larga distancia, han desaparecido prácticamente para ser sustituidas por nuevas modalidades a través de Internet.



Image: Salvatore Vuono / FreeDigitalPhotos.net

Fenómenos como Facebook, con cerca de 550 millones de usuarios activos al finalizar 2010, que convierten a esta red social en el tercer "país" más poblado del mundo; Twitter y otras redes sociales atraen, en progresión geométrica, nuevos miembros y comunidades que crean contenidos, intercambian información y generan hechos tangibles en múltiples ámbitos, incluyendo ciencia y tecnología, educación, salud, mercados de bienes y servicios, cultura y política, entre muchos otros.

1- Internet World Stats (2010, junio). "Internet Usage and World Population Statistics". Disponible en: http://www.internetworldstats.com/stats.htm.
2- International Telecommunications Union (2010, octubre). "The World in 2010: ICT Facts and figures". Disponible en: http://www.itu.int/ITU-D/ict/material/FactsFigures2010.pdf

En virtud de las TIC nos encontramos ante una revolución sin antecedentes en la gestión de la información, tanto por la velocidad de transmisión como por los volúmenes que se intercambian. Producción, transmisión, registro, presentación, procesamiento y almacenamiento de información, son eslabones de la gestión de información, presentes en toda actividad humana, particularmente en la empresarial.

En el mundo contemporáneo, el uso de las TIC se ha convertido en una condición indispensable para el desarrollo económico y social. Al punto que hoy, **a las brechas tradicionales conocidas (asociadas al acceso a agua y alcantarillado, educación básica, vivienda y otros) se les suma las de la carencia de acceso a Internet y el desconocimiento del uso de las herramientas TIC**. Aplicado a las empresas podría decirse: "Dime qué tanto utilizas las TIC y te diré que tan competitiva es tu empresa".

El mundo se hizo más pequeño: Bogotá, Munich, Tokio y Puebla están muy cerca

Las cuantiosas inversiones en infraestructura de comunicaciones realizadas al finalizar el siglo XX y comienzos del XXI, y la consecuente explosión del uso de Internet y de las herramientas TIC, han acercado los lugares más remotos del planeta entre sí. **El mundo está al alcance de todos. Cualquier individuo, cualquier empresa, pueden incursionar en el mundo global a través del uso adecuado de las TIC… siempre y cuando estén conectados y sepan utilizar las herramientas a su alcance**.

Desde el punto de vista del usuario, la diferencia básica que hay entre el Internet de antes del 2000 y el de hoy, radica en que individuos y comunidades juegan actualmente un papel protagónico en contraste con el rol pasivo de la primera etapa de Internet. La creación de contenidos, la posibilidad de crear comunidades activas de cualquier tipo y de generar múltiples espacios de colaboración, están hoy a la orden del día. En el caso de las empresas, bien sea de cara a los proveedores o a los clientes, la competitividad guarda estrecha relación con el conocimiento y colaboración dentro de las cadenas productivas y de mercado. Para ello, ¡ahí están las TIC!



Image: Renjith Krishnan / Freedigitalphotos.Net

Uno de los desarrollos clave de los últimos años que ha contribuido a hacer el mundo más pequeño y al alcance de todos, son las aplicaciones y herramientas conocidas bajo el concepto "Web 2.0": redes sociales como Facebook y Twitter, "wikis", blogs. **Colaboración, creación de comunidades, gestión de información eficien-**

te, mercadeo en nichos, administración en línea, son algunos de los atributos de la "Web 2.0".

Para los empresarios, particularmente los pequeños, el uso de tales aplicaciones puede jugar un papel crucial en el acceso a los mercados internos y externos, los proveedores, la competencia; en la posibilidad de contraer acuerdos con eventuales aliados dentro de las cadenas productivas y de distribución dentro y fuera del país; en adelantar inteligencia de negocios y vigilancia tecnológica, así como para organizar su negocio y producir mejor y más eficientemente. La aldea global existe: al lado de Cali y El Socorro están Beijing, Nueva York, Costa Rica o Europa. Como se dice ahora, a tan solo un "clic" de distancia, ¿por qué no vender excelentes zapatos en París o en Shanghai, hechos en Cúcuta?

Pocas empresas pequeñas usan las TIC en la gestión de sus negocios

Según el Gobierno Nacional, sólo el 7% de las "Mipymes" colombianas tiene acceso a Internet[3]. La cultura de colaboración virtual es muy escasa. El mercadeo se sigue realizándo en forma tradicional, a costos elevados. Y mientras tanto, el mercado potencial en línea crece exponencialmente… Es decir, **los empresarios pierden oportunidades, a menos que incorporen las TIC en la gestión de sus negocios.**

Este libro: un apoyo al empresario para aprender a usar las herramientas Web 2.0

El presente libro está escrito para que los empresarios puedan aprender a utilizar, por su cuenta, algunas de las herramientas Web 2.0 más importantes. "Hay que cacharrear un poco", como se suele decir en Colombia, pero los resultados son de gran motivación. Este no es un libro de capítulos sucesivos, el emprendedor puede comenzar por el capítulo que desee, y darle el orden que mejor se acomode a sus inquietudes.

Esta producción es el resultado de trabajos realizados por profesionales de la Corporación Colombia Digital (Bogotá, Colombia). Además, del valioso aporte del profesor Jesús Arturo Pérez del Instituto Tecnológico de Monterrey, quien se refiere a temas prácticos de seguridad informática en el uso de las herramientas TIC; y de la profesora Lucy Medina de la Escuela de Ingeniería de la Universidad Sergio Arboleda.

El interés primordial de los autores consiste en que los empresarios comprendan que el uso de las herramientas Web 2.0 y computación en la nube les permiten enfocar de manera más colaborativa y productiva aspectos vitales para la buena marcha de los negocios en el mundo global de hoy y que no hacerlo significa ceder ventajas a otros que sí lo asimilan. Más allá de ello, el propósito es el de

3- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2010, octubre). "Plan Vive Digital Colombia". Disponible en: http://www.mintic.gov.co/vivedigital/pdfs/material.pdf

incitar a que los lectores se acerquen a las herramientas mismas y las aprendan a manejar en provecho de sus empresas, es decir, a afrontar el ¿cómo hacerlo?

Hay que experimentar, probar, equivocarse, extraer saldos pedagógicos. Haciéndolo, el lector estará en breve en capacidad de montar presentaciones estupendas, gestionar información en línea en colaboración con otros, administrar la información a través de oficinas virtuales, emprender procesos de acercamiento al cliente con instrumentos que le permitan conocerlo de forma cercana. El mundo de hoy reclama nuevas destrezas y una de las maravillas del desarrollo tecnológico radica en la amigabilidad de las aplicaciones, algunas de las cuales se recomiendan en esta obra.

Esperamos, señores empresarios, que disfruten el libro. Es para ustedes.



>No se duerma camarón

Ángela Bohórquez

“Todos los días se aprende algo nuevo”, reza un dicho popular. El aprendizaje, así como la vida misma, es una tarea que no se deja de ejecutar jamás. Sin embargo, pareciera que algunas personas consideran que este proceso tiene una fecha de vencimiento en la vida y proyectan esta imagen ante la enseñanza de herramientas relacionadas con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC.

Así como un médico o un abogado continuamente deben realizar cursos de actualización sobre diferentes tópicos que giran en torno a su profesión, un empresario debe estar atento a las diferentes herramientas que salen día a día y que podrían incrementarle su productividad. Y aunque existan escépticos, muchos de estos desarrollos para emprendedores, hoy en día, están relacionados con las TIC. La Web 2.0 es un claro ejemplo de ello: una “faceta” de Internet en la que el usuario es el productor, crítico y divulgador de millones de contenidos y que abarca aplicaciones como redes sociales o blogs.

A pesar que un computador luzca temible o una página Web parezca jeroglífica, el deseo constante de aprender es una facultad que no se debe perder jamás, sobre todo en lo que se refiere a este ámbito que crece y evoluciona cada día más. Así usted crea lo contrario, **la Web 2.0 es una “versión” de Internet que ha sido creada para ser intuitiva, fácil e inclusive, divertida**. No se necesita ser un experto o utilizar lenguaje encriptado para aprovechar las bondades de la Web 2.0 y ser un usuario activo en ella.

El primer paso para estar a la vanguardia es entender que todo cambia velozmente y más en una era como la nuestra. ¿Se habría imaginado acaso su tatarabuelo la posibilidad de realizar llamadas en cualquier lugar a través de un teléfono móvil? ¿Acaso su bisabuela soñaba con una cámara digital que le permitiera tomar fotografías y verlas inmediatamente después de haberlas capturado? La respuesta seguramente es negativa.



Image: Ambro / FreeDigitalPhotos.net

Luego de ser consciente que estos cambios han llegado para quedarse, es hora de tomar cartas en el asunto y empezar a abrirse hacia el conocimiento TIC que le rodea, como dice el refrán: “Camarón que se duerme, se lo lleva la corriente”. Si usted por

ejemplo cree esto se trata de una moda pasajera, la realidad evidencia lo contrario, así que no se quede atrás. ¿Está haciendo lo posible por mantenerse al día o dejándose sumergir por una corriente que lo arrastra hacia el pasado?

¿Y eso será muy caro?

El anterior interrogante es más fácil de responder de lo que usted cree. Cualquiera podría pensar que esto de la Web 2.0 es para personas acartonadas y que las oportunidades de formación que existen son costosas e imposibles de adquirir para un empresario. Pues bien, si está seguro de la anterior premisa usted se encuentra equivocado. Como se mencionó anteriormente, **gran parte del encanto de la Web 2.0 es el hecho que los usuarios producen y comparten contenidos, por lo tanto el material disponible gratuito abunda**.

Si antes la información era un bien preciado que muchos ocultaban celosamente, en la Web 2.0 la tendencia es diferente. El éxito aquí radica en que los usuarios comparten su conocimiento y a cambio, reciben casi que de manera incondicional, comentarios y aportes de otros. Esta interactividad constante, facilita el ir y venir de todo tipo de conocimiento que abarca muchos ámbitos que por supuesto, le competen a usted.

Blogs, páginas Web, video tutoriales y documentos son sólo alguna muestra del amplio universo de aprendizaje que está disponible en la Web y con el que usted debe estar a la par, sin olvidar que así como en el colegio, los recursos están disponibles pero su evolución depende únicamente del empeño y disciplina que le ponga a esta labor.

Desde niños, muchos están acostumbrados a que existe un profesor o un "papá regañón" que presiona y presiona para que tenga buenas notas y cumpla con las tareas. Lo cierto es que en muchos de estos recursos, no existe tal figura y depende únicamente de usted aprender a cabalidad. Debe tener en cuenta que uno de los mayores aportes de la Web 2.0 es el surgimiento de micromentores, donde cada usuario tiene un conocimiento que desea compartir e intercambiar con otros. **Adiós a la figura del maestro omnisapiente que "se las sabe todas", lo válido hoy en día es tener en cuenta que cada quien, desde su origen y posición, tiene algo que brindarle a los demás por su experiencia**.



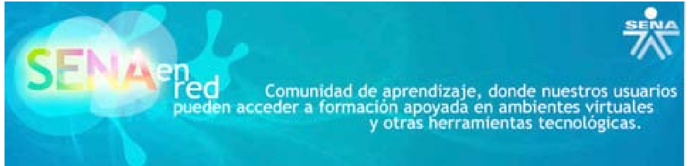
Image: jscreationzs FreeDigitalPhotos.net

A la hora de aprender en línea, es importante tener una cultura de la "auto-pedagogía" que le facilite adquirir más y más conocimiento sin necesidad de tener un policía al lado que controle su trabajo. Todo lo contrario: aquí encontrará aliados y personas que como usted, sin ser profesionales de sistemas, desean saber cada día más y están dispuestos a ayudar en su camino hacia el aprendizaje.

¿Dónde aprender?

La idea de este capítulo no es solo decirle que es fácil aprender en la Web 2.0 sino por supuesto, proporcionarle ejemplos útiles y concretos para que pueda llegar sin mayores complicaciones. Para ello, primero debe comprender que existen varias oportunidades de formación que no necesariamente son como lo que está acostumbrado a conocer.

Existen por ejemplo, cursos en la Red gratuitos y pagos que puede aprovechar. El SENA virtual en Colombia tiene en su página Web una amplia oferta de formación relacionada con las TIC que incluye la asesoría de un tutor quien estará atento a dar respuesta a sus dudas e inquietudes.



Pero, por otro lado, existen otros recursos como páginas Web, manuales y videos que facilitan información actualizada y, en muchos casos gratuita para que los usuarios de distintos rangos de dominio tecnológico puedan aprender paso a paso el funcionamiento de diferentes herramientas. Son infinidades los sitios que existen para este propósito pero por lo pronto le recomendamos los siguientes:

Sólo tutoriales
http://www.solotutoriales.com/directory/?fid=8

Tutoriales.com
http://www.tutoriales.com/?cat=3

Tutoriales en la Red
http://www.tutorialesenlared.com/

Illasaron
http://illasaron.com/upload/videos

Conectatutoriales
http://www.youtube.com/conectatutoriales

Howcast – technology (En inglés)
http://www.howcast.com/categories/1470-Technology

Woopid (En inglés)
http://www.woopid.com/

PC World (En inglés)
http://www.pcworld.com/video.html?type=4#filter



Otro recurso que también será su aliado incondicional para el aprendizaje es Youtube. **Más allá de almacenar videos para entretenerse o reírse un rato, esta red social audiovisual es un archivo de material como tutoriales que pueden serle de utilidad para seguir aprendiendo**.



En la página Web de la Corporación Colombia Digital, existe una sección denominada Videos recomendados en la que puede acceder a tutoriales que se han recopilado para facilitar esta búsqueda.

Otro recurso importante para aprender en la Web 2.0 son las comunidades, que funcionan gracias a los grupos de usuarios que comparten inquietudes y brindan respuesta en una página Web dedicada a una herramienta en específico. Es en estas comunidades, donde su principal recurso de interacción son los foros, la premisa de los micromentores se evidencia en su mayor extensión, ya que muchos de los que aportan son como usted: aprendices ávidos de conocimiento sobre distintas aplicaciones, programas y demás componentes relacionados con las TIC.

A continuación, algunas recomendaciones de comunidades en ciertas temáticas pero tenga en cuenta que existen miles y miles de sitios de este estilo:

Configura equipos
http://www.configurarequipos.com/foros.php

Hack Hispano
http://foro.hackhispano.com/

Psico.fxp – seguridad informática
http://www.psicofxp.com/forums/seguridad-informatica.47

Foro Spyware
http://www.forospyware.com/

Foro blogs
http://foroblogs.net/

Joomla[1] Community (en inglés)
http://community.joomla.org/

Foro de Joomla en español
http://forum.joomla.org/viewforum.php?f=24&sid=4458778f5ee730edcbee5b11195ea74c

Macaquarium (comunidad en español para usuarios de Mac y Apple)
http://www.macuarium.com/foro/index.php?showtopic=25977

¡No se quede de último en la fila!

¿Qué haría usted si por ejemplo se enterara que su médico tiene muchos años sin actualizarse sobre los últimos avances en este campo? ¿Le creería usted a su abogado si nota que no tiene conocimiento sobre las últimas reformas realizadas con respecto a cierta ley? Si su respuesta es no, entonces usted ha comprendido que es necesario estar en constante movimiento y buscar oportunidades de aprendizaje.

La cantidad de recursos en línea disponibles para usuarios que desean saber más y más son infinitos y cada día, surgen más y mejores herramientas que realizan una labor pedagógica meritoria.

Lo importante no es que surjan recursos sino que usted entienda que su deber como empresario es nunca dejar de aprender y entender que esta es una tarea que no termina.



Image: Salvatore Vuono
FreeDigitalPhotos.net

Los avances e innovaciones son noticia diaria en todo el mundo y, si bien es cierto que mantenerse actualizado es una tarea ardua, no es imposible. No puede permitirse quedarse de último esperando a que su competencia comprenda la dinámi-

1- Gestor de contenidos para Web, libre, gratuito y de código abierto. Por su sencillez y constante mejoría es muy acogido por los usuarios y desarrolladores Web

ca del entorno empresarial actual y tenga en sus manos mejores herramientas.

Con la Web 2.0, la cuestión es más de voluntad y tiempo que de dinero. Vale la pena invertir algunas horas de su día y entusiasmo para enterarse de lo que sucede con las TIC hoy en día. **El mercado es dinámico y depende de usted no quedarse de último en la fila**, sino posicionarse como la mejor opción para sus clientes porque la calidad de su servicio tiene un valor agregado: **usted es un empresario actualizado y TIC**.

En otras palabras, son infinitas sus posibilidades para mejorar su emprendimiento a través de la Web 2.0. Pero no en todos los casos se está enterado de las diferentes alternativas que existen para personas como usted. Este libro será de gran ayuda para que pueda acercarse sin temores y empiece a experimentar en el amplio universo de la Web 2.0

>Web 2.0: Cambiar, mejorar y crecer .... o adiós

Ana Cecilia Mejia

Leopoldina, empresaria artesanal de la Sabana de Bogotá, sin TIC...

La señora Leopoldina, mujer de unos 70 años, es una campesina que vive en un municipio del altiplano cundiboyacense, a unos 40 kilómetros al norte de Bogotá, Colombia. Tiene baja estatura, el pelo blanco por sus años y una sonrisa reservada, que caracteriza a las personas del centro del país. Una señora no muy diferente a otras mujeres de la región que, gracias a su espíritu emprendedor, ha vivido de un negocio artesanal a partir de lana de oveja, desde hace aproximadamente cuarenta años, continuándo una de las tradiciones de la región y de su familia.



Image: Simon Howden FreeDigitalPhotos.net

El proceso de manejo de la lana de oveja consiste en tomar el pelaje del animal y realizar una transformación rudimentaria del material hasta convertirlo en hilazas que permiten tejer diferentes productos como sacos, gorros, ruanas y otras artesanías. Leo, como cariñosamente se le conoce, domina como nadie el arte de aprovechar la lana para convertirla en objetos de utilidad. Ella misma se encarga de "pelar" a cada animal y de coser sus productos tejidos a mano o en una máquina especial que entrelaza el material. Ha tomado algunos cursos a través de la organización de mujeres emprendedoras del pueblo para mejorar la técnica, así como uno de diseño de producto, que le han permitido ofrecer accesorios de más fácil comercialización y mejor calidad.



Image: foto76 / FreeDigitalPhotos.net

Esta mujer, que no culminó el bachillerato, nunca antes tuvo contacto con la máquina de escribir o con algún tipo de tecnología que no estuviera asociada, de manera directa, a su oficio. Su negocio se había sostenido gracias a los locales de venta del pueblo y a la visita de turistas, que a veces, compran algunos de sus productos. En cierta oportunidad, una persona que visitó el lugar gustó de la calidad de los productos elaborados por Leopoldina y le propuso exportar. No fue posible, ya que Leopoldina pensó, con razón, que como ocurría con frecuencia, esta persona y no ella, iba a sacar provecho del negocio y a quedar con el mejor porcentaje.

Leopoldina descubre las TIC y se acerca virtualmente a sus clientes…

Hay muchas maneras de acercarse a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC. **En el caso de Leo, el año pasado (2010), gracias a un proyecto para "El uso y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC", cofinanciado por el Gobierno Nacional de Colombia, tuvo la oportunidad de tener acceso a un mundo que le abrió las puertas a horizontes más amplios**. Hasta entonces desconfiaba de computadores, impresoras, ratones… Pero hoy, una vez terminó el proceso de formación para el uso de herramientas tecnológicas, cuenta con nuevas e inesperadas oportunidades. Lo mejor de todo, según ella misma afirma, es que **se siente estimulada a aprender más cada día, a descubrir nuevas aplicaciones y a dejar de lado el temor que antes le producía la tecnología, identificó que el ratón, o mouse, no muerde ni se pierde**.

Un computador, conexión a Internet y una página Web fueron las herramientas que Leo recibió, además de la capacitación básica. **Hoy, está en capacidad de remitir cotizaciones por correo electrónico a clientes que visitan su página y de darse a conocer en muchas partes del mundo, sin necesidad de desplazarse ni invertir altas sumas de dinero**. Quizás lo más interesante, es que este proceso de relación con el cliente lo hace en forma directa y sin intermediarios, que son los que más desconfianza le causan porque, según ella, se quedan, casi siempre, con la mayor "tajada" del negocio. Sabe que sus clientes son, comúnmente, las mismas personas que van a utilizar sus prendas, o almacenes que venden confecciones; pero en cualquier caso, es ella quien realiza la negociación de forma directa. Con ayuda de su nieto actualiza la página Web mostrando nuevos diseños y abrió también una cuenta en Facebook, que contribuye a aumentar las visitas a su sitio Web.

El caso de Leo evidencia el contraste entre la gestión tradicional de negocios microempresariales y la forma en que deben emprenderse en el siglo XXI. En Colombia y Latinoamérica, casos como este son muy frecuentes. Son negocios que se sostienen a partir del trabajo duro de sus dueños en los que se suelen aplicar métodos de administración casi artesanales, con bajísimas inversiones en tecnologías modernas, desvinculados de los centros de conocimiento.



Image: digitalart / FreeDigitalPhotos.net

Este ejemplo, tan humano y cercano a la realidad latinoamericana, describe la situación de naciones donde el desempleo y el subempleo son la constante y en los que las personas deben buscar la forma de generar ingresos para su subsistencia a partir de recursos escasos.

Las micro y pequeñas empresas juegan un papel de primera línea en la economía, por su peso en la generación de empleo y su contribución a la producción de bienes y servicios. Si muchos pequeños empresarios gestionan sus negocios en horizontes inmediatos, sin racionalizar la relación con sus proveedores, sin penetrar mercados que podrían hacer realidad sus sueños de prosperidad ¿no valdría la pena procurar mejores ingresos, producir y administrar mejor los negocios?

Las TIC son una llave imprescindible en ese camino. Sólo hay que cambiar de mentalidad y estar dispuesto a aprender.

El uso de las TIC, amplio abanico de oportunidades para los empresarios

En todos los contextos de la vida de las personas y organizaciones, trazarse objetivos es indispensable para tomar decisiones. En los negocios, por grandes o pequeños que sean, ocurre lo mismo. Cada empresario, a la hora de tomar una determinación económica, sea de enganche de recursos humanos, de compra de materias primas, de la manera como llevará a cabo su contabilidad, o de la forma en que hará mercadeo de sus productos, se pregunta cómo cada decisión ayuda al cumplimiento de las metas que se ha impuesto. No es para menos, pues cada peso invertido debe reflejarse, al final, en un aumento de las ventas y de las utilidades. Como en todo negocio, la rentabilidad es uno de los fines básicos de todo emprendedor.

Para ser rentables, las empresas tienen que competir entre sí para seducir a los clientes. Ello sólo es posible escuchando la voz del mercado, produciendo con excelente calidad y a precios competitivos, gestionando los negocios en forma económica y eficiente.

El sentido del presente capítulo radica, justamente, en aportar a la comprensión de parte del empresario (especialmente el pequeño) acerca de la inmensa utilidad de las TIC en el camino de la competitividad, de la apertura de nuevos mercados, de su relación con los proveedores, de la gestión de sus procesos internos.

La palabra mágica en este abanico que se desprende de las TIC es Internet, la red en la que navegan ahora los negocios del mundo entero. Hay una revolución cuyas consecuencias muchos empresarios no han captado aún. Una de ellas: **el mundo se encogió, el mercado de cualquier parte del mundo está cerca, muy cerca, más de lo que todos imaginan**.

El mundo ha dado saltos impresionantes en materia de conectividad a Internet. En países latinoamericanos como Chile, Argentina y Colombia, más de la mitad de la población accede a Internet, bien por contar con una suscripción propia, bien a través de telecentros y cafés Internet, bien en las oficinas. Visto así, Internet se convierte, a pasos agigantados en el mercado, sumándose a ello fenómenos como los de Facebook que se verá más en detalle en el capítulo 5, "Redes sociales: ¿solo para cotorrear?", y que cuenta hoy con más de 550 millones de usuarios en el mundo y más de 12 millones sólo en Colombia.

En síntesis, **no hay alternativa: o los empresarios buscan sus mercados y su rentabilidad apoyados en el uso de las herramientas TIC o, permanecerán en estado de precariedad, con el riesgo de desaparecer**.

Ahora bien, no basta la conectividad a Internet, no se genera productividad una vez se cuenta con una conexión de banda ancha. Hay que adquirir destrezas que permitan identificar el mar de oportunidades de mercado y el ahorro significativo en el gasto de las empresas. Lo que aquí se afirma es que es muy fácil adquirir tales destrezas y se proponen los caminos para adquirirlas.

Los procesos cotidianos de toda empresa pueden ser gestionados mejor y más barato con ayuda de las TIC

La transacción básica de todo negocio son las ventas. La ubicación y ampliación de los mercados son tareas fundamentales de todo emprendedor. Obviamente, como todos lo saben, los costos de ventas y los gastos deben ser reducidos o de lo contrario, no hay margen.

Si nos remontamos en la historia, en los años 60 por ejemplo, el voz a voz o la venta uno a uno eran una de las herramientas comerciales más usadas. Los gastos invertidos en transporte para el traslado de los vendedores o en telefonía fija, eran aquellos a los que más se les revisaba su razón de ser. No era raro escuchar cuestionamientos como, "¿por qué gastó tanto en esto?" o, "les va a tocar usar menos el teléfono".

Un vendedor que quería ofrecer su mercancía, que tenía una empresa de mochilas en La Guajira, región al norte de Colombia, debía viajar en avión o en bus a Bogotá donde tenía alguno de sus clientes potenciales que podrían colocar las mochilas en mercados de altos ingresos, que las consideraban de moda. La suma de gastos, divididos entre tiquete, llamadas de larga distancia para acordar citas, alimentación y transporte, agotaban las finanzas de la organización y, en muchos casos, esos altos costos impedían que se pudiera contactar al cliente, perdiéndose así valiosas oportunidades de ventas.

En los casos en que el vendedor lograba llegar a su cliente, le ofrecía sus productos a partir de un catálogo con fotos y un listado de precios, y así, comúnmente, cerraba la negociación. El problema empezaba si al poco tiempo de regresar a su taller había nuevos desarrollos (por ejemplo nuevos colores y diseños de mochilas) e imposibilidad para confeccionar los promocionados. La fidelización del cliente, a su vez, se dificulataba pues para dar a conocer una nueva colección, debía gastar en costos de rediseño del catálogo, reimpresión, envíos por correo físico e inumerables llamadas de larga distancia. **Hoy el cuento está resuelto, con un par de "clics" en Internet, se actualiza el catálogo en línea y todos los clientes y público de interés conocen, instántaneamente, las novedades**.

Sin lugar a dudas, unos de los desarrollos más importantes de los últimos tiempos son Internet y las denominadas herramientas Web 2.0. Hacen posible que si usted quiere comprar alguna materia prima o vender sus productos en otra parte del país o en España, por ejemplo, lo pueda hacer comunicándose a través de un programa gratuito como Skype o Messenger, que además le permiten compartir archivos, trabajar en línea.

Enviar sus catálogos por correo electrónico o hacer actualizaciones en tiempo real de un nuevo producto en línea o, simplemente tener una conversación para hacer seguimiento a un cliente, son algunas de las múltiples opciones que hoy en día ofrecen estas maravillosas herramientas. El fabricante de mochilas de La Guajira (Colombia) podrá gestionar su negocio, actualizar sus catálogos, contactar a sus clientes, mediante el uso de aquellas, minimizando costos e incrementando su rentabilidad.

El mercado está cerca, muy cerca

En un mundo en el que 30% de los 7.000 millones de habitantes está conectado a Internet, 550 millones son usuarios de la red social Facebook y las transacciones de comercio electrónico aumentan a velocidades de vértigo, los pequeños empresarios no los puede dejar el tren. **El puente son las TIC, móntese**.

¿Recuerda cómo se hacía tradicionalmente la publicidad? Si usted quería aparecer en un periódico, debía ser una empresa con capital de trabajo suficiente para poder pagar una costosa pauta. Una vez se tenía el dinero, el ejercicio de diseño y desarrollo de la pauta demandaba más tiempo y más gastos, para aparecer publicada sin que el empresario pudiese tener control alguno sobre el impacto de los gastos incurridos.

Hoy el asunto del mercadeo es radicalmente diferente, como lo podrá ver de manera explícita en el capítulo 7 "Publicidad en línea…no te quedes en lo físico". La tendencia universal se dirige hacia la atención en nichos de

mercado. Internet desempeña un papel crucial para, no sólo llegar a las personas que nos interesan, sino interactuar con los clientes potenciales, aprender acerca de sus preferencias, escuchar sus opiniones, evaluar sus percepciones sobre el producto. Facebook, Google ofrecen maravillosas posibilidades de mercadeo.

En otras palabras, **operaciones como pagar impuestos, buscar proveedores y aliados, identificar y conquistar nuevos clientes, realizar mercadeo de nichos, son posibles de manera económica y veloz a través de Internet: más ingresos y ahorro, las claves de la rentabilidad**.

Esas tecnologías no son para mí…

Haciendo una encuesta informal, se encontró que el temor a vencer paradigmas es posiblemente el mayor obstáculo entre el mundo de las oportunidades y el pequeño empresario. Los mitos tejidos alrededor de Internet hacen que las personas sientan que es una dimensión desconocida donde todo lo inesperado puede pasar.

"Es que eso es muy difícil… eso es para lo jóvenes que nacen aprendidos… yo lo he hecho a mi manera siempre... imagínese, de aquí a que yo aprenda". Muchos de los programas para computador y aplicativos en Internet cuentan con una plataforma sencilla e intuitiva, apta para usuarios inexpertos. Por lo general, toda aplicación tiene una explicación o usted puede obtenerla en un portal de videos muy conocido, llamado Youtube, donde se encuentran tutoriales que paso a paso indican cómo hacerlo. La intuición y el sentido común son básicos en el proceso de aprendizaje en el manejo de las TIC, y por simple ley de supervivencia, todos contamos con estas cualidades.

"Eso sale caro y además, para ver bobadas como las que están en Facebook, tiempo sobra". Este es quizás uno de los mayores argumentos para los que desconocen el medio y tienen temor de



Image: graur razvan ionut / FreeDigitalPhotos.net

quedar atrapados en él. Internet es una herramienta que no sólo permite conocer chismes o trivialidades. Es una herramienta de uso libre y a disposición de todos, donde se encuentran miles de contenidos que educan, enseñan y actualizan. Adicionalmente, es hoy el medio más usado para búsqueda de nuevos negocios u oportunidades, como lo podrá ver en el capítulo 5 "Redes sociales: ¿sólo para cotorrear?".

"Me plagian lo que ponga… uno hace su diseño y en cualquier momento ya está disponible para que cualquiera lo copie". Esto, en realidad, puede ocurrir en la red o fuera de ella. Es más, si usted no pone su diseño en la red, posiblemente otro lo publique y nunca nadie se dé cuenta que era suyo. Son más las ventajas que las desventajas ya que usted estará presente en cualquier parte del mundo. Si no lo está, con seguridad su competencia sí, lo que le disminuye sus opciones de ser visible y comercialmente competente.

"Camarón que se duerme... se lo lleva la corriente"

El que no está en la Red, no aprenderá a usarla y a sacar provecho de ella. Si usted no lo hace, otros lo harán. Por fortuna, está a tiempo de involucrarse, de estar dispuesto a un cambio cultural, de aprender a manejar las herramientas. Esta quizás es la conclusión principal que se abordará a lo largo de este libro, pues otros empresarios ya la están usando con gran éxito, disminuyendo costos, ofreciendo más y mejores productos, facilitando los medios de pago y por supuesto, dándose a conocer en otros mercados más allá de nuestras fronteras.

Los latinos, por lo general, nos sentimos muy orgullosos de lo que somos y por eso, sin ser conscientes, nos embarcamos en paradigmas de pensamiento local que nos impiden ver más allá de las fronteras regionales y nacionales. Hay que entenderlo de una vez por todas: **son los mercados mundiales en este planeta globalizado los que jalonan los procesos productivos y de desarrollo**. Lo que parece una herejía es cierto, los pequeños empresarios pueden jugar en las ligas globales.



Image: jscreationzs / FreeDigitalPhotos.net

Por último y a modo de recomendación, si está convencido que tanto su empresa como usted requieren un cambio y que este posiblemente no tenga un límite, sino que al contrario, siempre demande de usted una mirada de futuro para llegar más allá de los metas que usted mismo se ha impuesto, **utilice las herramientas TIC aquí mencionadas y que encontrará en los capítulos siguientes. Aunque tenga en cuenta que, si y solo si, no le da temor el riesgo de producir y vender más y mejor, aquí, allá, en todo el mundo**.

>Los blogs y los microblogs: ¿para qué y cómo?



Álvaro Rodríguez Díaz

La posibilidad de expresarse

Cuando se habla de tecnología, para algunas personas, es poco el tiempo que transcurre desde la incorporación de un nuevo hábito tecnológico a sus vidas y el nacimiento, la aparición y la apropiación de recursos más modernos. Esta situación conduce a que, de forma casi inmediata, aparezca la extraña sensación de no saber cómo hacer uso de lo que hace poco se manejaba con cierta destreza, de que "estamos viejos" para aprender y utilizar, de forma apropiada, las herramientas que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC - ofrecen para jugar un papel primordial en el quehacer diario de la vida y en el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas - Mipymes - en la gestión de la empresa y la búsqueda de nuevos mercados.

Las TIC pueden ser la oportunidad que está esperando. Esa puerta que se abre y, por qué no, que le ayuda a encontrar el mejor camino al crecimiento y desarrollo de su empresa. Sólo basta una idea, buena actitud y mucha motivación, para acercar las metas que se ha propuesto.

Definitivamente, uno de los recursos que más brinda posibilidades a la hora de buscar una herramienta comercial o de "vitrina virtual" es Internet. Se ha constituido como una de las grandes autopistas para el tránsito de la información, con amplias repercusiones sociales en primera instancia y, como consecuencia de ello, con su correspondiente potencial comercial. En este sentido, si alguien necesita un término que pueda identificar y actualizar mejor el concepto de Internet, es bueno que comience a hacer referencia a la "Web 2.0". Esta obedece a una era donde ya no son necesarios amplios conocimientos informáticos, pues con unos pocos clics será suficiente para crear un espacio propio en la red. **Esta web social o participativa, como también se le conoce a la Web 2.0, no consiste solamente en una nueva tecnología, sino que es una noción ligada a la interacción entre usuarios, en espacios virtuales y al intercambio de información**.

Dentro de esa gran burbuja que son las TIC, la Web 2.0 es una de las esferas (herramientas) con más posibilidades de interacción entre los múltiples usuarios desde diferentes lugares del mundo



http://grupo-hl.blogspot.com/2010_02_01_archive.html

Los máximos exponentes de esta nueva Web 2.0 quizás sean los blogs, weblogs o bitácoras, y los microbloggings, como una fácil y gratuita forma de poder escribir periódica, personal o colectivamente en Internet, permitiéndose el informar, comercializar, escuchar la voz del mercado, debatir, deliberar o comentar sobre cada uno de los temas o mensajes que se quieran comunicar o vender. Mientras que, seguramente para muchos el término blog es algo nuevo, bastantes personas y empresas alrededor del mundo llevan tiempo manteniendo su propia bitácora en la que escriben, de forma pública, sobre lo divino y lo humano, "lo que impacta y tiene relevancia en lo social, cultural, político y económico, generando de cierta manera toda clase de mitologías y de actitudes exageradas[1]".

Desde los inicios de la primera década del siglo XXI, los blogs o bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente, aunque se afirma que **el primer blog apareció en 1997, bajo la autoría de Dave Winer**. La idea original no corresponde a lo que hoy por hoy se entiende o se conoce por blog; inicialmente eran de diseño básico, sin opción de imágenes ni mucho menos opciones multimedia como el vídeo; sólo breves anotaciones sobre alguna noticia o curiosidad encontrada en la red, y que hoy llamamos post. Sin embargo, el objetivo original se mantiene: **expresar y compartir sus intereses con quienes lo deseen y, lo más importante, incidir en la transformación de su entorno y por ende en la calidad de vida**.

En la era de las bitácoras virtuales

El termino blog es una abreviación de Weblog, palabra compuesta por Web + Log, que significa, en inglés, registro o diario en línea. **Es decir que la idea de blog hace referencia a una narrativa que se registra y que está en permanente construcción**. El blog puede ser un apoyo donde se brinda información adicional y propuestas de actividades complementarias, donde se hace uso de las distintas herramientas que ofrecen: escritura hipertextual, recursos multimedia (imágenes, video, sonido, presentaciones), comentarios. Este tipo de propuestas permiten, por tanto, extender el contexto presencial de una Mipyme, brindando buenas posibilidades para que ésta crezca en el ámbito comercial.

Por su parte, **el microblogging es una herramienta, derivada del blog, que establece un vínculo entre recursos que posibilitan las redes sociales y los mecanismos asociados a la telefonía celular como los mensajes de texto**. Es evidente que, en los últimos tiempos, estas herramientas TIC han revolucionado la blogósfera (el espacio de participación



Image: Nutdanai Apikhomboonwaroot FreeDigitalPhotos.net

1- Santamaría, F. (2005, Octubre). Herramientas colaborativas para la enseñanza usando tecnologías Web: Weblogs, Redes Sociales, Wikis, Web 2.0. Disponible en: http://fernando-santamaria.com/descargas/herramientas_colaborativas2.pdf

constituido por blogs escritos o "bitácoras" personales a los que cualquiera puede tener acceso desde la red).

Los usuarios y seguidores de estas aplicaciones se multiplican a un ritmo viral, sabiendo aprovechar, de la mejor manera, todas las alternativas que brinda la Web 2.0, en el caso de los blogs, y algunas redes y operadores de telecomunicaciones con los microbloggings.

El blog en la Mipyme

En lo referente a los blogs y su creación y diseño por parte de las marcas, a diferencia de las páginas Web que podrá profundizar en el capítulo 3 "Páginas Web simples… y menos simples", permite desarrollar capacidades de trabajo colaborativo a través de la distribución de funciones en el grupo de trabajo y del producto que se quiere comercializar. Además, es de gran ayuda a la hora de construir identidad empresarial, al reconocerse como autor de su propio espacio en la red. Esto puede también suceder con el website (o "sitio web", o "página web"); no obstante, muchas veces la administración es realizada por terceros externos, diferenciándose así en aspectos como la elección del título, la información personal que ofrece, los directorios en los que se inscribe, el diseño utilizado, los temas que suele tratar, los enlaces del blogroll (una colección de enlaces de blogs), las fuentes más utilizadas, los comentarios que se dejan en el sitio y su rápida respuesta, etc.

El blog abre la oportunidad a las Mipymes de tener una relación más cercana y directa con sus clientes para mejorar sus productos, sus servicios y la atención a estos. La gama de posibilidades para el empresario es muy amplia. Escuchar el mercado, estar pendiente de las mejores prácticas, conocer de avances tecnológicos, de diseño, apertura de nuevos nichos de mercado, son algunas de ellas. Es de suma importancia tener presente que no sólo su relevancia radica en abrir nuevas oportunidades de negocios, sino que también se evidencia en algo clave para el desarrollo y crecimiento del sector del cual se haga parte a través de la creación de redes. Si se observa desde un punto de vista asociativo, esta herramienta Web cuenta con un potencial adicional porque permite encontrarse con otros y compartir conocimientos y experiencias, tal y como se puede ver con redes sociales como Facebook, Youtube o Linkedin que se presentan en el capítulo 5 "Redes sociales, ¿Sólo para cotorrear?".

En síntesis, el Blog ha entrado a ganar mucho terreno en los últimos tiempos, y por su velocidad de implementación, el emprendedor moderno lo está prefiriendo cada día más frente a opciones como el sitio Web o Fan Page en Facebook, opción que permite comunicarse con clientes y fans –seguidores- con la creación y el mantenimiento de una página de Facebook oficial, por su facilidad y flexibilidad de uso, la oportunidad de agregar un espacio de interacción con los visitantes, quienes con sus comentarios también ayudan a la construcción de su sitio y su posicionamiento. Los motores de búsqueda, al detectar contenido nuevo, y comentarios relacionados, empiezan a ofrecer un mejor lugar de aparición en los resultados de búsqueda.

Creando un blog

A continuación se ofrece información básica acerca de los pasos a seguir a la hora de crear un blog para su Mipyme. Se utilizará como ejemplo el portal www.blogger.com, por ser uno de los sitios gratuitos más usado y de fácil apropiación, ya que no se necesita de altos conocimientos en lenguaje HTML o similares. Asimismo, el soporte que brinda Google al portal es excelente, además de permitir la posibilidad de algún tipo de beneficio monetario a través de herramientas como Google Adsense[2]. No necesita de proceso de instalación, se puede trabajar desde cualquier explorador, con una fácil navegación y constantes actualizaciones que brindan nuevos recursos para enriquecer el site.



Fuente: Educared Argentina (Adaptación)

2- AdSense es un sistema de publicidad ideado por Google, donde los usuarios pueden activar textos e imágenes publicitarias en sus páginas Web.



Sin embargo, es bueno tener presente otras alternativas para diseñar su blog como Wordpress, la plataforma blogging más utilizada en el mundo, pero que necesita de un poco más de conocimientos y buen uso de algunas herramientas con las que cuenta. También puede encontrar en la Web 2.0 opciones tales como: Fullblog, Blogia, La Coctelera, Nireblog y Blogdiario, entre otros.

Un Blog no es más que un administrador de contenidos con la ventaja de poder activarlo en cuestión de minutos, y personalizarlo de acuerdo a las necesidades reales de la Mipyme.

Se puede crear un Blog de contenido gratuito, a través del sitio Blogger y comenzar a agregar contenidos en poco tiempo y de manera fácil, simplemente con tener una cuenta de correo electrónico en Gmail.

Para crear una cuenta en Blogger es necesario contar con una cuenta de e-mail de google.

Cuenta de correo de gmail y contraseña

Elegir el nombre del editor del blog

Aceptar las condiciones y continuar

1 Crear una cuenta de Google — Google Accounts

Este proceso creará una cuenta de Google que podrá utilizar con otros servicios de Google. Si ya tiene una cuenta de Google, por ejemplo de Gmail, Grupos de Google u orkut, por favor primero acceda a ella.

Dirección de correo electrónico (ya tiene que existir) — Deberá utilizar esta dirección para acceder a Blogger y a otros servicios de Google. Jamás la compartiremos con terceros sin su permiso.

Introducir una contraseña — Fortaleza de la contraseña: — Debe contener como mínimo 6 caracteres.

Volver a escribir la contraseña

Mostrar nombre — Nombre utilizado para firmar sus entradas del blog

Verificación de la palabra — glera — Escriba los caracteres que se ven en la imagen de la izquierda.

Aceptación de las condiciones — Acepto las Condiciones del servicio. — Indique que ha leído y comprende las condiciones de servicio de Blogger.

CONTINUAR

El Blogger moderno se ha especializado, y la cantidad de Blogs sobre las más diversas temáticas ha tenido un crecimiento explosivo a nivel mundial. Para esto **es importante que utilice su creatividad, para hacer de este espacio un espacio atractivo, con la información importante de sus productos y su empresa, y la posibilidad de interactuar con posibles nuevos clientes**.



En pocos minutos podrá contar con su blog. Con la ayuda de tutoriales podrá poco a poco incorporar otras técnicas que lo mejorarán y le darán un aspecto más profesional a su blog.

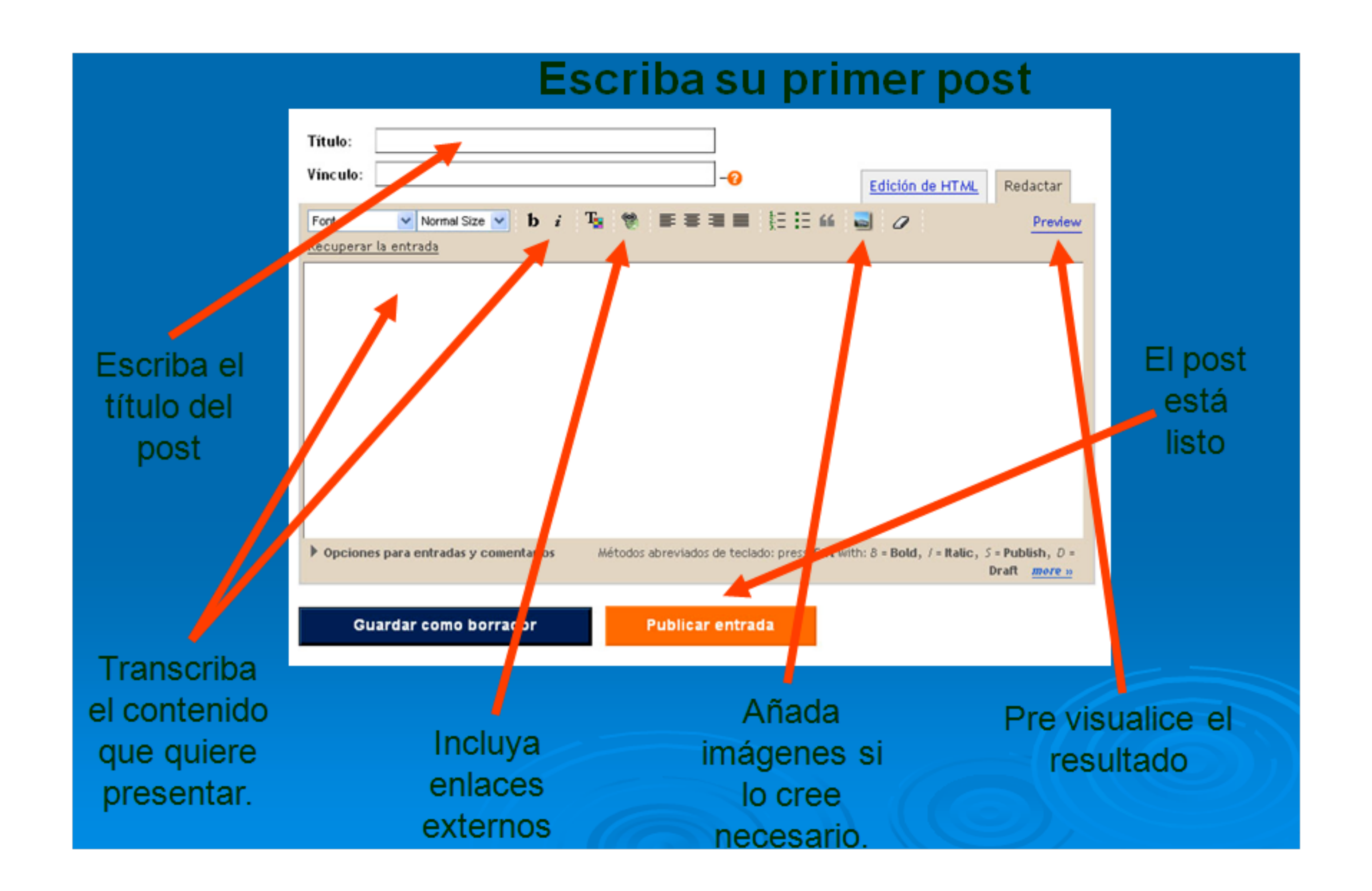


El blog en sí mismo es una innovación, que tiene infinidad de variables para enriquecer sus contenidos. Estas bitácoras virtuales son la manifestación más usada de la Web 2.0 y este recurso, al estar al alcance de sus manos, se transforma en un fenómeno que le permitirá tener un giro importante a la hora de comercializar y expandir su cadena productiva.

Manos a la obra, su negocio empieza desde este momento a hacer parte de la super autopista de la información por medio de sus post[3].



3- Post o Entrada: Es la publicación de un contenido determinado en un blog (texto, imagen, multimedia).


Escriba su primer post
Título:
Vínculo:
Edición de HTML
Redactar
Font
Normal Size
Preview
Recuperar la entrada
Opciones para entradas y comentarios
Métodos abreviados de teclado: press Ctrl with: B = Bold, I = Italic, S = Publish, D = Draft more »
Guardar como borrador
Publicar entrada
Escriba el título del post
El post está listo
Transcriba el contenido que quiere presentar.
Incluya enlaces externos
Añada imágenes si lo cree necesario.
Pre visualice el resultado

Entre las ventajas que se pueden obtener mediante la creación de un blog, podemos resaltar[4]:

- Generación de una comunidad de personas en torno a su negocio, interesadas en aquello de lo que habla, muy relacionado con lo que vende.
- Participación en un mundo virtual en el que usted se informe de las tendencias del mercado, los avances técnicos y las mejores prácticas asociadas a su negocio.
- Posibilidad de ser considerado un experto en su tema.
- Fidelización de clientes que visitan su vitrina virtual.
- Lograr buen posicionamiento en buscadores (google, yahoo, bing).
- Conseguir alto tráfico (un blog puede generar mayor tráfico que una Web estándar).
- Alcanzar notoriedad de marca o de negocio.
- Aumentar ingresos ordinarios a través de venta online.
- Posibilidad de tener ingresos extras por publicidad.
- Costos mínimos.

Como se ha podido observar en el transcurso de este capítulo, los empresarios cuentan con un conjunto de herramientas TIC que pueden extender y profundizar el alcance del mercado, con el simple propósito de vender más y mejor, en una apuesta gana-gana de cara al cliente.

En el mundo de la Web 2.0 y de la "computación en la nube", se permite a los usuarios, en este caso a las empresas, alojar información en la red, evitando la inversión en infraestructura, sistemas y programas, haciendo de estas herramientas, los blogs en este caso, un poderoso medio al alcance de cualquier empresario. Hoy los avances de la tecnología permiten tener alternativas que reducen gastos, que facilitan el acceso y que acarrean como consecuencia desarrollar actitudes comerciales mucho más competitivas en el mercado actual y, por su puesto, una estructura mucho más liviana, como se verán a continuación con una red social como el Twitter.

Los 140 caracteres que tanto dan que hablar: microblogging

El microblogging es una aplicación Web que permite insertar mensajes reducidos, a modo de posts o entradas de un blog, con un límite de alrededor de 140 caracteres[5] en el caso de Twitter y 166 que es el tamaño aproximado de un SMS. Contando, a su vez, con una elevada frecuencia de actualización, que lo hace mucho más inmediato al permitir postear no sólo vía Web, sino simultáneamente, vía email, telefonía móvil y mensajería instantánea. Además del tiempo que se ahorra, ya que no implica lapsos de redacción, revisión y diseño de un blog.

La herramienta, que tiene algo más de cuatro años de existencia, ha tomado mucha fuerza desde que apareció el Twitter, el pionero y más popular servidor de microblogging, que se mantiene en los puestos más altos de los usua-

4- Para ampliar esta información, consulte: www.markarina.com
5- Un carácter es una unidad de información que corresponde aproximadamente a una letra, símbolo o espacio de un texto.

rios de la Web 2.0, alcanzando los 106 millones de usuarios en sus cuatro años de existencia, superada únicamente por Facebook[6].

Porcentaje de la población mundial que conoce el servicio:	87%	Usuarios fuera de los EE.UU	60%
Actualizan su estado a diario:	52%	Se conectan desde un móvil	37%
Siguen una marca:	30%	Total Usuarios	106 millones

Fuente: http://interartix.com/2010/12/facebook-vs-twitter-en-cifras/

En su Mipyme:

Twitter ofrece nuevas y variadas oportunidades para presentar y promover productos, hacer promociones y desarrollar todas las técnicas de marketing para las pequeñas y medianas empresas. Con el fin de obtener el mejor provecho que esta red social le puede ofrecer, dedíquele el tiempo necesario a encontrar las herramientas adecuadas para sus necesidades empresariales[7].

Es importante tener presente que Twitter es una plataforma de comunicación que le ayuda a su negocio a estar en contacto directo con sus clientes. Puede usarlo para compartir rápidamente información con la gente interesada en su producto, recibir información en tiempo real sobre su mercado o retroalimentación, y mantener conversaciones con compradores, aliados y todo aquel que quiera construir una relación de negocios.

Acerca de los contenidos que quiere "trinar" (que significa enviar, o realizar tweets) es importante, además de familiarizarse con el tipo de conversaciones y convenciones que se utilizan, ir despacio, tomárselo con calma y asumir una actitud "Twitter" que se resumen en:

- No esperar grandes resultados con un Tweet al mes o en el primer mes de uso.
- Ser genuino, ya que los usuarios y seguidores quieren ver pasión en los mensajes de las empresas.
- Promover a otros antes de autopromoverse trae lectores y por consiguiente seguidores a corto y mediano plazo.
- Se debe estar preparado para sostener conversaciones e interactuar con otros usuarios; no hay nada peor que una empresa que usa a Twitter como otro canal de spam – basura electrónica comercial – en una sola vía. No deje que eso le pase.
- Sencillez en los textos, buenas imágenes y respuestas inmediatas se convierten en las mejores estrategias a la hora de utilizar este recurso TIC.

6- Sysomos a Marketwire company (2010, diciembre). "Twitter Statistics for 2010". Disponible en: http://www.sysomos.com/insidetwitter/twitter-stats-2010/
7- Marketing Social o Sociotecnia (Societing en inglés), es un proceso de aplicación de técnicas, que comprenden: la investigación, análisis, planificación, diseño, ejecución, control y evaluación de programas; que tienen como objetivo, promover un cambio social favorable, a través de la oferta de un producto social, que esté orientado a que sea aceptada o modificada voluntariamente, una determinada idea o práctica en uno o más grupos de destinatarios.



A partir del anterior ejemplo, se puede ilustrar por qué las Mipymes colombianas deben usar Twitter. Esta red social es mucho más que "trinos"; tenga presente que el número de personas que 'tuitean' aumenta a diario y con ellos, usted podrá aprovechar las ventajas de este microblogging, si y sólo si está justo a tiempo y con la palabra y las expresiones correctas.

¿Qué puede escribir en 140 caracteres o menos? Aquí, algunas ideas:

- Anunciar eventos (incluso si no son de su compañía)
- Resaltar a otro usuario destacado
- Difundir artículos interesantes
- Reseñar un servicio
- Hacer preguntas
- Responder preguntas
- Opinar de cara a otros "tweets" de pertinencia a su negocio y sus clientes
- Difundir novedades de sus portales en otros canales (como su sitio Web principal, blog, Facebook, Youtube)
- Citas inspiradoras, aunque sin abusar
- Dar una promoción exclusiva para twitters por tiempo limitado.

Trinando en la Red

Twitter es una aplicación en la Web que permite a sus usuarios escribir pequeños textos que pueden ser leídos por cualquier persona que tenga cuenta en la misma. De esta manera se pueden leer los textos de un periódico, a partir de una cuenta en la red social, y así leer los textos noticiosos o comerciales que "trinen" durante el día o las ideas y comentarios sobre diversos temas por parte de artistas, entidades gubernamentales, empresas o personas del común: El Heraldo de Barranquilla en http://twitter.com/#!/elheraldoco (@elheraldoco), por ejemplo, o lo que Juanes escribe en http://twitter.com/#!/juanes (@juanes)

Lo interesante de este recurso es que cada usuario puede decidir leer en su cuenta, o en lenguaje Twitter, seguir los textos de otra persona o grupo de personas, teniendo siempre disponible lo que otros han escrito recientemente. De esta forma, un usuario A puede decidir "seguir" a los usuarios B, C y D, recibiendo los textos que escriben, sin tener que acceder a la página de cada uno de ellos. Cada usuario puede tener una lista de "seguidos" (following) y de "seguidores" (follower) quienes pueden leer los comentarios publicados en su Timeline, página donde se muestran los tweets o trinos, que son cada uno de los mensajes de un máximo de 140 caracteres que se pueden enviar a través del servicio.

Para ingresar, acceda a: www.twitter.com



A partir de la respuesta a la pregunta: ¿Qué está pasando? por parte de los usuarios, los mensajes o tweets terminan convertidos en una experiencia de vida diaria, donde se comparten desde situaciones personales, gustos, reflexiones, ideas y links con contenido interesante

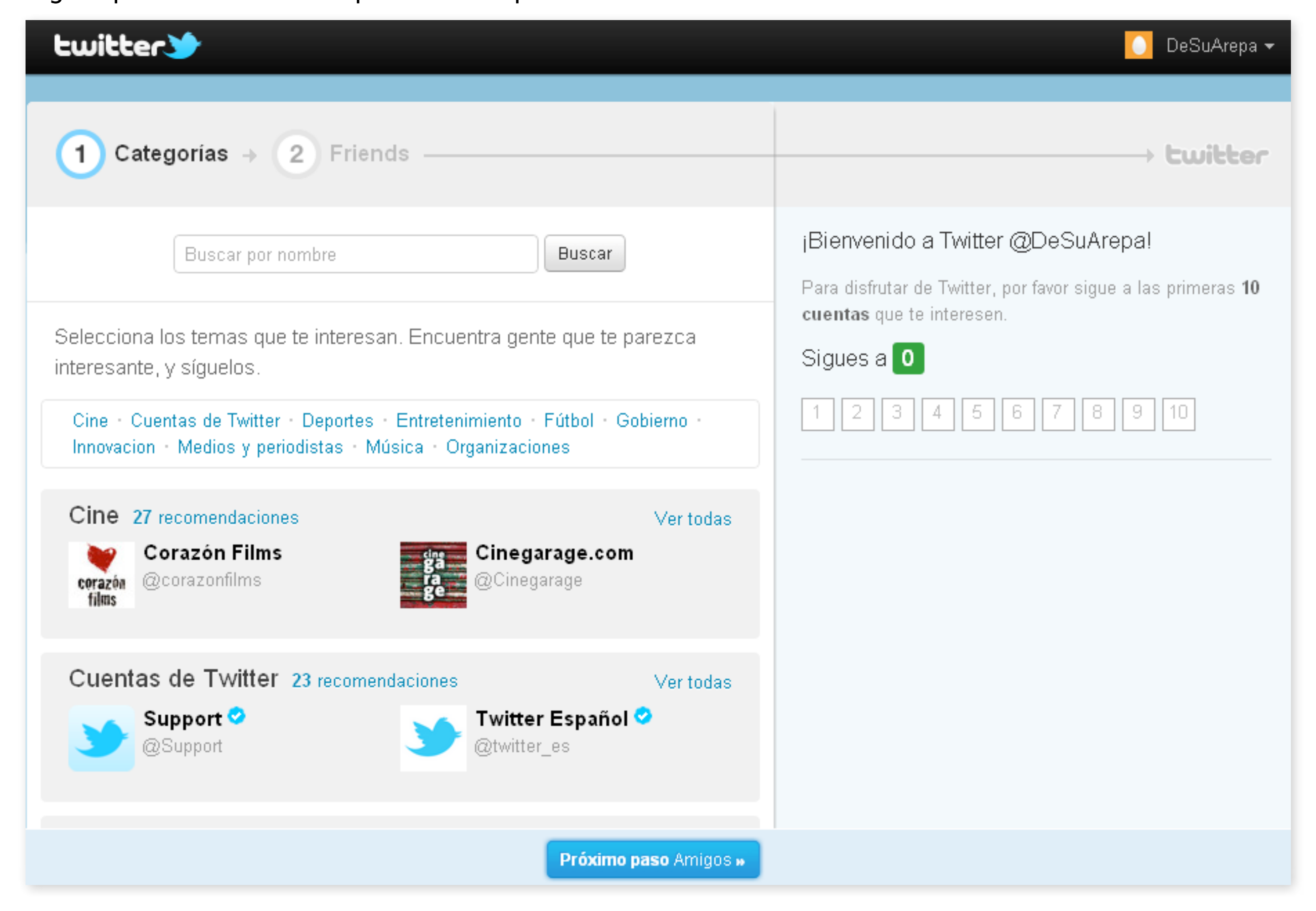
en la Web. Estas opciones de "información" hacen que los nuevos usuarios al comienzo se encuentren perdidos, ya que no saben cómo utilizar una herramienta que genera comentarios tan variados en cuestión de minutos y pueden, al inicio, no descubrir las posibilidades de seguir o ser seguido por twitteros con gustos afines. Para que comience a conocer lo básico de esta red y pueda participar, tenga presente los siguientes pasos:



Para crear su cuenta, es importante tener presente que bautizar su espacio en esta red social con un nombre llamativo, de pocos caracteres, y la selección de un "avatar" o imagen atractiva y representativa de su negocio, es estratégico.



Dependiendo del navegador pueden salir dos opciones, sea para invitar a sus amigos para unirse a Twitter, o para seguir "personalidades" o empresas afines que hacen uso de la red.



Luego de cumplir con los pasos sugeridos por Twitter, disfrute de un espacio virtual para contar sobre usted y su empresa.



Para conocer más sobre este recurso y su funcionamiento, visite los tutoriales que existen en la red y otros recursos digitales que le permitirán apropiarse de esta herramienta.

Para aprovechar de verdad el potencial de esta herramienta, es clave que cuando ya la haya apropiado, aprenda a utilizar opciones avanzadas que esta brinda. Entre estas se incluyen programas de computador y móviles como TweetDeck, Tweetie, entre otros. Estos programas le darán más flexibilidad y más control sobre su estrategia. Entre otras cosas, podrá ser capaz de predefinir búsquedas, de modo que podrá supervisar ciertas palabras clave, incluyendo su nombre comercial y la gente que siga de modo que pueda reducir al mínimo el ruido - todas esas cosas que aparecen en Twitter y que puede que no interesen nada sino a un pequeño segmento del espectro de usuarios- y el foco en el contenido de verdadero interés[8].

Si aun no se ha registrado en Twitter, tome la decisión cuanto antes y reserve una cuenta con el nombre de su negocio y aproveche con un simple clic la posibilidad de conocer competidores, marcas complementarias a sus productos, servicios y conversaciones de interés de su Pyme, ya que es muy probable que encuentre marcas complementarias a su oferta comercial. En lo personal he observado a muchas personas dudar a la hora de seguir a estas marcas, por miedo a desviar la atención del público o iniciar competencias o peleas dentro del timeline de Twitter. Lo importante es confiar, asumir nuevos retos y seguir a otros usuarios afines, ya que esto puede ayudarle a ampliar su red, tanto de seguidores como de colaboradores.

Una vez que tenga un grupo de seguidores consolidado, puede comenzar a hacer preguntas tan sencillas o complejas como quiera: ¿un nuevo producto?, ¿una nueva idea de servicio? Las posibilidades son infinitas y el administrador de la cuenta puede generar un canal de interrelación con algunos de los followers o clientes, como usted prefiera llamarlos.

La competencia sana siempre debe ser bienvenida dentro y fuera de las redes sociales, es el momento de comenzar. En este capítulo pudo conocer un poco más sobre dos gigantes de las herramientas de la Web 2.0: los blogs y los microboggings; definir cuál es el más indicado para mover la marca y los productos de su empresa, es una tarea que le queda a usted, después de "probar" y "viajar" podrá elegir de acuerdo a lo que le parezca más apropiado y funcional para usted y su negocio o sencillamente a la que le coja más rápido el gusto y lo haga sentir cómodo.

Estas herramientas son una muestra de cómo las nuevas tecnologías están al alcance de todos y son importantes en el desarrollo y crecimiento de cualquier

8- PuroMarketing (2011, enero). "25 herramientas de Twitter que aprovechar en nuestras estrategias de marketing". Disponible en: http://www.puromarketing.com/42/8748/herramientas-twitter-aprovechar-nuestras-estrategias-marketing.html

segmento del mercado por parte de los pequeños y medianos empresarios. Ya no se requiere tener programas o software determinados en un computador o sobrecostos en inversión de publicidad digital en la Web. Las TIC le facilitan la vida al contar simplemente con un computador y acceso a Internet, no se necesita de software especializado instalado, ni poseer los mayores conocimientos en diseño y programación para consolidar su presencia en la Web.

Las mayores ventajas de apropiar estos recursos, resaltadas en este capítulo, son las relacionadas con las posibilidades de la divulgación y promoción de su Mipyme y sus productos, además de la implementación de ejercicios colaborativos por parte de todo su equipo de trabajo y la generación de espacios de creación colectiva en tanto valores agregados que le ayudan a consolidar su proyecto, potenciar su productividad e impactar en el ámbito organizacional. Al final de cuentas, **lo realmente importante es que cualquiera que sea su decisión, rompa paradigmas, deje a un lado los temores y acepte el reto del mundo digital**.

Con el uso de los blogs y los microblogs su empresa, el único riesgo que correrá, es el de conquistar nuevos nichos de mercado, estar bien informada, ser más competitiva. Es fácil, no cuesta, ¡arriésguese!

>Páginas Web simples y... menos simples

03

Hugo Torres · Ángela Bohórquez · María Juliana Tobón


Image: Salvatore Vuono
FreeDigitalPhotos.net

Las fronteras geográficas se acortan, el mercado se vuelve global, a Colombia llegan productos de China, Estados Unidos, Europa, Chile, y ¿los suyos, también viajan a otras latitudes? Si aún se pregunta cómo hacerlo, este capítulo le brindará un panorama alentador sobre las amplias posibilidades de estar presente en la Web.

El uso de las páginas Web como herramienta de mercadeo es un concepto que se ha venido aplicando con gran éxito. A lo largo del presente libro, se han intentado hacer visibles las grandes ventajas que obtiene una empresa al tener presencia en Internet. En este punto, se pretende profundizar en la manera de realizar páginas Web, ya sea para promocionar un producto, una empresa o un personaje público, teniendo en cuenta que estas se remontan a un espacio virtual donde se puede poner a disposición de todo interesado cierta información.

Es importante recordar que la mayor cualidad de Internet es que no existen las barreras, es factible ofrecer sus productos a un cliente en su ciudad o al otro lado del mundo, a cualquier hora y en cualquier lugar. Tener una página Web por tanto, le permite tener un contacto más cercano a sus potenciales clientes, mostrándoles la totalidad de sus productos sin importar en qué país se encuentren, ni a qué hora lo "visiten". Además, permite interactuar con los usuarios, brindándoles incluso la posibilidad de crear contenidos y permitiendo así conocer la opinión de clientes objetivos, proveedores e incluso de la competencia. **Es como tener un local, con un vendedor, abierto las veinticuatro horas, los siete días de la semana y disponible en cualquier ciudad del mundo**. ¿Suena bien, cierto? ¿Pero, cómo lograrlo?

Desde hace algunos años se ha venido desmintiendo el mito que la creación de páginas Web implica incurrir en altos costos y contratar unos expertos que hagan la tarea por usted. Ahora, **la Web le ofrece herramientas sencillas y gratuitas que facilitan a cualquier persona, sin conocimientos de programación, crear su propia página Web. Lo importante es hacer el salto y ver como puede administrar su presencia en Internet sin necesidad de aprender complicados y extraños lenguajes**. Solo requiere de tiempo, ganas y unas cuantas herramientas esenciales de creación de páginas Web como Qapacity, Wix y Moonfruit; un dominio, gestores de contenido como Joomla, Wordpress y Drupal, y los tipos de servidores que se pueden encontrar en el mercado.

En síntesis, es importante para todo empresario aprender a hacer sus propias páginas o tener un concepto básico de cómo se hacen. Es de gran relevancia que los empresarios deseen manejar y direccionar su presencia en la Web. Además, un conocimiento en este tema, le permitirá tomar mejores decisiones a la hora de medir el alcance de sus proyectos digitales, determinar los gastos en que incurrirá a la hora de pensar en tener su propia página, así como en la elección del personal que quiera contratar para el cumplimiento de estas tareas.

En este escrito, se presentarán algunas herramientas que le permitirán justamente eso, sin necesidad de incurrir en grandes gastos, sin la contratación de personal experto o incluso sin tener grandes conocimientos en programación.

Manos a la obra

Antes de describir herramientas para la realización de páginas Web, es preciso detenerse frente a los componentes esenciales de las mismas. Para empezar, es importante diferenciar entre **páginas Web estáticas** y **páginas Web dinámicas**; las primeras **son páginas en html (hyper text markup language) que no ofrecen interactividad con el visitante, su contenido permanece igual y toda modificación implica editar el código original de la Web. Estas páginas eran muy comunes en la Web 1.0, permiten exhibir información en videos, audios, fotos, presentaciones, pero no facilitan la interacción con los usuarios, todo lo añadido es ofrecido por el webmaster o dueño de la página, no requieren base de datos, solo necesitan un espacio en Internet**. Un ejemplo muy común de este tipo de páginas son algunas que se encuentran en Flash, en las cuales realizar cualquier cambio necesita modificar el archivo fuente del Flash y subirlo nuevamente para que los usuarios puedan apreciar la modificación, lo que en suma es un proceso algo engorroso.



Fuente: http://www.mbascensors.com/

Las dinámicas, por su parte, **son páginas que permiten una interacción con el usuario desde su ingreso, a partir de ciertos datos como el lugar de ubicación, su idioma, se clasifica y determina la información a mostrar**. Por ejemplo un portal de noticias al reconocer el ingreso de un usuario ubicado en Colombia y otro en Estados Unidos, mostrará sucesos recientes a cada uno de estos a partir de su localización. Esto se hace sin necesidades de crear varias páginas, sim-

plemente se logra a partir de la ubicación geográfica del usuario. Asimismo, permiten la inserción de todo tipo de archivos y facilitan el almacenamiento de cambios realizados por los usuarios, como comentarios, calificaciones, todo esto sin que un programador tenga que realizar los cambios directamente. Usualmente se trabaja sobre bases de datos, las más conocida son Mysql (perteneciente a Oracle pero libre) o Sql server (propiedad de Microsoft).

Se debe resaltar que **este tipo de páginas dieron origen a la conocida Web 2.0 al popularizar la posibilidad que los usuarios pudieran generar su propio contenido, de hacer de Internet una plataforma donde todos tienen voz**.

Por otra parte, es importante saber que toda página Web, sin importar si es dinámica o estática, necesita de servidores que soporten lenguajes dinámicos como Apache o IIS (Internet Information Server). Cuando se habla de gestores de contenidos se hace referencia a plataformas que facilitan la creación de páginas Web dinámicas, que permiten al usuario tener un sitio con varios editores, donde los visitantes tengan la posibilid de crear contenidos sin necesidad de una programación manual.

Estos gestores comúnmente son denominados Content Management System – CMS. Entre los principales gestores de contenidos se encuentran Drupal, Joomla, Umbraco, Dotnetnuke y Wordpress; más adelante se presentarán algunos de ellos. El lenguaje más popular y fácil de usar es Php, que tan solo requiere de un servidor en Apache, gratuito. La recomendación para personas que no tengan conocimientos profundos de lenguajes ni estrategias de programación es hacer uso de estos CMS, y así les será posible crear una página de forma fácil y económica, con grandes capacidades de interacción y que le acarreará la visibilidad que está esperando en su empresa.

La interfaz gráfica es de suma importancia en toda página, **es la manera en que se verán los productos, los servicios y en general el propósito de la misma**. Se recomienda que una página Web de una empresa que ofrezca productos o servicios debe tener en el primer vistazo, exactamente lo que su creador quiere que el visitante sepa. Asimismo, es importante proveer todos los datos necesarios tanto de los productos y servicios como de contacto, sin necesidad, incluso, de ir al correo personal; un formulario en este caso es una excelente herramienta.

Ser claro en lo que se ofrece, de una forma agradable, completa, sin mentir y con un menú de fácil navegación para que el usuario cuando vuelva pueda encontrar lo que llamó su atención, es el ideal. También es importante ser consecuente con el tipo de producto que se ofrece, si se ofrecen aplicaciones móviles la interactividad de la página debe ser atractiva y permitir al usuario explorar y ver las posibilidades del producto, por ejemplo a partir un demo o una muestra en 3D (tercera dimensión).

El nivel de creatividad también va de acuerdo al público objetivo, si la página está dirigida a niños es preciso recurrir a textos grandes, colores, imágenes, pero si es un portal de noticias se puede emplear una fuente de texto más pequeña y con una presentación más clara, con menos imágenes y de una forma directa.

En síntesis, **se debe tener claridad sobre lo que se va a ofrecer y la información que se quiere mostrar.** Además, se recomienda hacer uso de fotos reales, que ilustren la realidad y no poner imágenes genéricas o de otros, dado que se estaría incurriendo en un engaño al consumidor. Contar con una navegación clara que "vaya al grano" como coloquialmente se diría, sin rodeos y sin contenidos escondidos. Una página debe ser liviana, su tiempo de carga debe ser mínimo con el fin de garantizar que todo aquel que ingrese en ella la vea y no se aburra mientras espera. Por último, no diseñe páginas para un solo navegador pues puede dejar de lado un público importante.

1. Páginas Web simples:

Al hablar de páginas Web simples se está haciendo referencia a aquellas que son de fácil creación y pueden servir para un público objetivo amplio y diverso. Se actualizan con una menor frecuencia que aquellas más complejas, debido a la información que ahí se maneja: productos establecidos, programas muy claros que no cambian seguidamente. Estas páginas simples no requieren de conocimientos técnicos, instalación de aplicaciones, ni gestión de permisos, es similar a crear un blog o un perfil de Facebook. Se tienen ciertas libertades de diseño pero se rigen sobre reglas determinadas. Permiten que el usuario se ponga en contacto con usted, le permite subir archivos, aunque todo cambio debe ser autorizado por el administrador quien es el encargado de moderar lo que se haga visible en el portal.

Para dar origen a estas se proponen tres herramientas a continuación: Qapacity, Wix y Moonfruit.

1.1 Qapacity



Esta es una herramienta para crear páginas Web, completa, sencilla y de fácil uso. Es recomendable para aquellos empresarios que inician su posicionamiento en la Web, pues pese a las facilidades expuestas, ofrece interesantes y atractivas posibilidades gráficas. La página Web se rige a partir de ciertas plantillas creadas por profesionales pero

con un cierto limite de modificación que dan paso a la posibilidad de imponer su sello empresarial.

Ventajas

- Al no ser construidas en Flash pueden ser indexadas por los buscadores
- La creación es muy fácil, está guiada por un wizard o asistente
- Tiene la posibilidad de usar plantillas muy bonitas creadas por profesionales
- No se necesita saber nada ni instalar nada, todo se hace vía Web
- Se requiere tener una claridad de lo que se quiere mostrar
- Tiene la opción de tener un subdominio como www.usuario1.qapacity.com
- Al pagar se puede tener un dominio completo y expandir la capacidad de modificación sobre plantillas o usar plantillas propias para los expertos o quienes saben de diseño Web
- La herramienta se encuentra en español
- El wizard tiene videos y ejemplos de cómo realizar ciertas acciones, la edición de la página es muy visual, se edita directamente sobre la plantilla, se hace una edición gráfica
- Permite tener estadísticas
- Brinda facilidades para hacer vínculos con redes sociales, las cuales se verán a profundidad en el capítulo "Redes sociales solo para cotorrear"

Desventajas

- Tiene desventajas con respecto a herramientas más completas, como algunos CMS que se verán más adelante
- No se tiene accesos o privilegios sobre las bases de datos que se usan
- No se tiene un soporte personalizado
- Los diseños son limitados
- Hay restricción en diseño de menús
- Hay un límite de espacio en cuanto a archivos
- No se puede usar Google Analytics
- No se pueden usar todos los tipos de letras
- No ofrece servicios de correo electrónico corporativo

Para conocer más acerca de este puede consultar en: www.qapacity.com/es/groups

1.2 Wix



Wix, por su parte, es una **plataforma para la creación de páginas Web en formato Flash, siendo**

su gran ventaja la belleza estética y gráfica. Permite mover fácilmente módulos, permitiendo dar origen así una página muy viva, movida y dinámica.

Wix es una herramienta Flash que le facilita crear, sin necesidad de conocimientos de programación, una página completamente funcional, basada en plantillas gráficamente muy atractivas. Está en constante desarrollo ofreciéndole continuamente nuevas posibilidades a sus usuarios, como incluir videos, galerías de imágenes, textos, formularios de contacto, todo sin incurrir en ningún gasto adicional. **Actualmente, Wix cuenta con más de cinco millones y medio de sitios creados bajo su plataforma**.

Además, permite publicar el sitio Web, de forma gratuita, con un nombre o dominio como http://www.wix.com/nombre-de-su-empresa/home

Ventajas

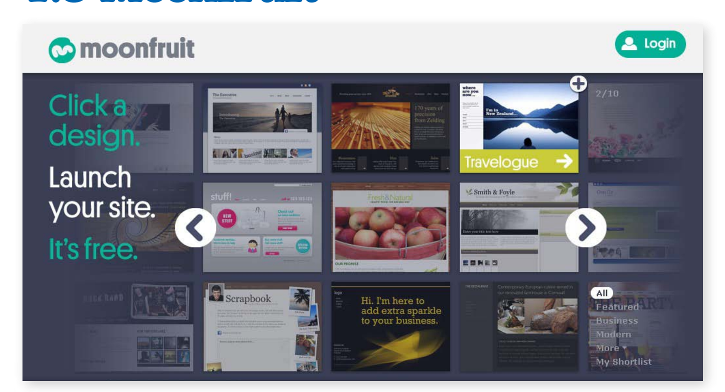
- No se necesita descargar ni programar nada
- Crear una página Web es totalmente gratis
- Interfaz gráfica sencilla
- Miles de plantillas gratuitas creadas por profesionales y totalmente modificables
- Se puede ingresar, cambiar y modificar la información cuando lo desee, sin limitación alguna
- Puede subir imágenes o archivos sin necesidad de pagar por este servicio
- Cuenta con plataformas para incluir tiendas en línea
- Se encuentra en varios idiomas, español, inglés, francés y portugués
- Tiene versión premium que permite un dominio sin publicidad y mayor espacio de almacenamiento
- En su versión paga, permite estadísticas de Google Analytics y soporte personalizado
- Pese a que la página está en Flash, los desarrolladores de la herramienta se encargan que el sitio pueda ser indexado y encontrado fácilmente en buscadores
- Se puede utilizar todo tipo de fuentes
- Mayor libertad de diseño y efectos agradables a la vista

Desventajas

- Al momento de presentar fallas, se podrían ocasionar pérdidas en las páginas creadas
- No se puede visualizar en un Ipad, Iphone o en algunos equipos Apple
- Todas estas páginas, por estar en Flash, requieren de un tiempo de carga superior al de otras, dependiendo del contenido, fotos o videos
- Se está limitado a ciertas plantillas

Para conocer más acerca de esta herramienta, se recomienda consultar las siguientes referencias:
http://vimeo.com/8906632
http://forum.wix.com/tutoriales/

1.3 Moonfruit



Por último, Moonfruit es un servicio que permite construir páginas Web sin tener que lidiar con código, toda la página está hecha en Flash. **Para una persona que simplemente desea lanzar su Web personal, o subir algunas fotos, esta es la alternativa ideal**. El editor es bastante sencillo, las diferentes opciones están en menús superiores desde los cuales se pueden crear las partes de la misma, añadir fotos e incluso editarlas.

Moonfruit, además, ofrece más de 4000 combinaciones de plantillas para escoger la que mejor se adapte a su tipo de negocio o la intención del Website. Se requiere de una actualización frecuente, por lo menos cada seis meses o de lo contrario se pierde el servicio.

Ventajas

- Facilidad de uso
- Cuenta con más plantillas que las dos herramientas anteriores
- Tiene categorías de las plantillas y sugiere las secciones que debería llevar la página, por ejemplo si es una empresa de alimentos le brinda sugerencias de los diferentes componentes con que debería contar la Web
- Toda la interfaz para crear secciones y partes es muy fácil de encontrar, es casi como trabajar en el conocido editor de contenidos de Microsoft, Word; muchos usuarios afirman que es de los editores más sencillos de usar
- Las plantillas se pueden emplear como guía pero no son limitantes a la hora de modificarlas
- El entorno en Flash permite arrastrar y soltar los elementos, girarlos, cortar, pegar, cambiar el color, aplicar transparencia a los objetos de su página. La capacidad de Moonfruit como editor lo hace verse más como un paquete de diseño gráfico que da control total sobre cada detalle de la página Web
- Se indexa en buscadores a pesar de ser en Flash
- Tiene estadísticas propias y de Google Analytics
- No pone publicidad invasiva en la página en la versión gratuita
- Se puede adquirir un dominio propio
- Permite recibir comentarios de los usuarios
- Todo se hace en línea, no se requiere ninguna descarga

Desventajas

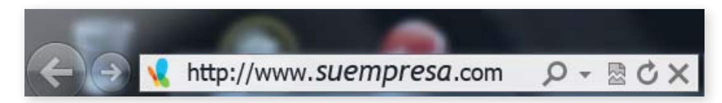
- Aún no se cuenta con versión en español, solo está en inglés y francés
- Solo dispone 20 megabytes de espacio, ofreciendo así quince secciones como máximo en las páginas Web
- Se pueden embeber videos de Youtube, pero tiene límites para subir contenido multimedia
- No tiene soporte nativo para redes sociales, es necesario establecer vínculos para hacer link con los espacios creados en estas
- Debe estar alojada en un subdominio como por ejemplo: www.su-empresa.moonfruit.com
- Se presentan limitaciones en cuanto a los diseños y parámetros, no hay control total sobre el servidor o plataforma
- No hay posibilidad de hacer un backup de la información dispuesta en el sitio
- No tiene posibilidad de crear correo corporativo

En estas páginas podrá conocer más acerca de Moonfruit:

- ▶ http://www.youtube.com/watch?v=MoOVrH6X4Uo&featur=related
- http://www.uk-cheapest.co.uk/domain-names/connect-domain-to-moonfruit.php
- http://support.moonfruit.com/categories/2808

2. Dominios

El dominio es el nombre que identifica una página Web en Internet. Este es equivalente a la dirección física de una casa, pero para recordar más fácilmente la dirección física el dominio se encarga de poner una especie de máscara para generar un sustantivo de más fácil recordación.



El dominio www.suempresa.com, por ejemplo está compuesto de tres partes: las 3 w (www.), el nombre de la pagina Web, es decir el nombre de la empresa (suempresa), el cual no puede contener caracteres especiales, como tildes o símbolos, ni espacios, y el tipo de organización (.com, .net, .mil y .org, etc). Los tipos de organizaciones más usados son .com, que se refiere a comercial, .net que se refiere a network, .mil que se refiere a militar y .org que se refiere a organizaciones.

Dado que Internet se basa en direcciones IP, cada servidor requiere de un servidor de nombres de dominio o DNS para traducir los dominios a direcciones IP.

Los dominios pueden ser gratuitos o pagos. En cuanto a páginas que ofrecen este servicio de forma gratuita se cuenta con diversas opciones, la mayoría de estas ofrecen el servicio a cambio de publicidad en la página. Este es un punto que se debe evaluar muy bien dependiendo del tipo de portal que se va a crear. En el caso de ser una Web personal no afecta mucho la publicidad, pero cuando se trata de la página

de un producto o de una empresa, la publicidad puede generar la imagen errada que la empresa está empezando y no tiene mucho éxito.

Para una empresa grande o que esté creciendo se recomienda comprar un dominio registrado, obteniendo así el derecho a usar su marca en Internet como por ejemplo www.eltiempo.com o www.cnn.com. Además, es preciso tener en cuenta que en Internet cualquier persona o empresa, sin necesidad de demostrar ninguna correspondencia con la tenencia física, puede comprar el dominio que quiera así no lo vaya usar en una pagina Web, hay muchas personas y empresas que se dedican a la reventa de dominios. Es decir si hoy cuenta con una empresa de bicicletas y esta se denomina subicicleta, pero no ha adquirido el dominio www.subicicleta.com y alguien lo compra antes, así usted cuente con la razón social de la empresa debidamente registrada, legalmente tendrá que comprarle el dominio a quien lo registró inicialmente, estando así sujeto al precio que este determine.

Entre **las páginas que ofrecen dominio gratuito** se recomiendan dos que ofrecen un muy buen servicio.

2.1 Dot.tk | www.dot.tk |

Este servicio gratuito facilita a sus usuarios obtener un dominio como "nombreempresa.tk". Para conservarlo debe tener mínimo 25 visitas en un plazo de 90 días o de lo contrario, el derecho al dominio se perderá. Existe también la posibilidad de adquirir un dominio por dos años con tarifas que van desde 19 dólares y que pueden ser pagados con una tarjeta de crédito o por Paypal.

Dot.tk puede ser usado sobre páginas creadas con alguna de las herramientas vistas anteriormente. Por ejemplo, las páginas creadas en Qapacity o en Moonfruit pueden obtener su dominio en Dot.tk.

Además, **este servicio no pone publicidad invasiva en su página Web ni modifica su diseño original. No obstante, debe tener en cuenta que un dominio .tk no es de facil recordación, por lo que se recomienda usar este servicio solo si se trata de un portafolio personal o de una empresa que está empezando a ver su potencial en Internet**.

2.2 Freedomain.co.nr | http://www.freedomain.co.nr |

Esta es otra página que ofrece el servicio de dominio gratuito, permite tener una dirección de fácil recordación para usar como dominio de una de las páginas creadas con las herramientas anteriormente descritas que tienen una dirección url larga y en ocasiones difícil de recordar para el cliente o incluso para usted mismo.

Este servicio, a diferencia de dot.tk, implica un vínculo de publicidad a www.freedomain.co.nr. Además, al igual que el anterior, si no se detec-

ta actividad en dos meses seguidos en el dominio, es decir, si la página no recibe visitas o si el usuario no vuelve a revisar su dominio, este será eliminado sin alertas previas.

El registro en estas páginas es bastante sencillo y en tanto se finaliza se tendrá el dominio funcionando. Sin embargo se debe tener en cuenta que para cualquiera de estos servicios se tienen las siguientes condiciones:

- Prohibida la pornografía
- Prohibida la publicación de seriales, hacks o materiales ilegales
- No se puede publicar material que infrinja los derechos de autor como software pirata
- El contenido que se publique debe ser relevante al dominio registrado
- Están prohibidas las páginas "en construcción"
- Están prohibidas las páginas relacionadas al portal de Chat Haboo (únicamente en freedomain.co.nr)
- Es obligatorio tener al menos una visita al mes
- No se permiten páginas con solo banners de publicidad
- Los dominios no deben ser similares a alguna marca registrada
- No se puede registrar varios dominios que apunten a un mismo sitio.

Por otra parte, **la posibilidad de adquirir el dominio pago es una magnífica opción, aquí se recomiendan dos empresas ubicadas en Estados Unidos que ofrecen dominios y estos pueden ser adquiridos por Internet a través de una tarjeta de crédito**.

Es recomendable que **escoja el tipo de dominio de acuerdo a su actividad comercial, así será más fácil para sus clientes recordar su dominio y encontrar los productos o servicios que ofrece**. Por ejemplo, no tiene sentido que una empresa productora de zapatos tenga un dominio .info o .org ya que estos no corresponden a su actividad comercial. El dominio recomendable para este caso seria un dominio .com. El precio promedio de registrar un dominio depende del tipo de dominio y del tiempo a contratar así:

	Precio por año[1] (dólares americanos)	
Dominio	domain.com	
.com	10.29	11.99
.co	10.29	29.99
.info1	10.29	.99
.net	10.29	9.99
.org	10.29	9.99

Fuente: http://www.godaddy.com/

1- Precios a Noviembre de 2010.

3. Gestores de contenido

Básicamente, **un Content Management System – CMS – es un sistema de gestión de contenidos, una plataforma sobre la cual se pueden administrar los datos que se van a mostrar en una página Web**. Estos CMS son igualmente útiles para la creación de blogs, páginas Web personales o corporativas, portafolios, foros de discusión etc.

El uso de CMS para crear los sitios Web acarrean consigo **ventajas**, principalmente, desde el punto de vista técnico. Por ejemplo, **el tiempo de descarga de la página se reduce considerablemente, permite ser indexado más fácilmente por los buscadores, facilita tener la organización de la información, la realización de backups periódicos es más sencilla**, tanto de los datos como de los archivos.

Los CMS más populares están en constante desarrollo, es decir, siendo mejorados permanentemente por los usuarios o por los mismos creadores, ofreciendo nuevas funcionalidades. Joomla, Wordpress y Drupal, los CMS que se expondrán a continuación son de código abierto, lo que significa que el código fuente es de libre acceso por lo que tienen grandes comunidades desarrollando y actualizando las plataformas. Asimismo esto infiere la **presencia de grandes comunidades y foros de ayuda donde se puede encontrar solución a los problemas que se presenten, desde su instalación hasta su actualización**.

Para hacer una página Web sobre alguna de estas plataformas es aconsejable contratar un proveedor de hosting, tal y como se verá más adelante, pues se tiene mayor control y posibilidad de soporte calificado, que en ocasiones puede llegar a ser muy necesario.

Joomla, Wordpress y Drupal, están basados en el **diseño por capas**, es decir, separan la parte de contenido de la parte de diseño, facilitando todo cambio en la plantilla o diseño de la página, sin modificación alguna en la información. Esto trae muchas ventajas como son la posibilidad de tener varios editores creando información para el sitio Web y que esta información no se trunque o sobreponga con la información de otro editor. Se puede tener un registro de cambios hechos sobre la página, así como se puede, en un momento dado, cambiar por completo el aspecto del sitio sin que esto modifique o pierda la información.

Otra característica a destacar de los CMS, es su **facilidad de instalación**. Aunque siempre es mejor que la instalación sea realizada por una persona con experiencia y experticia en el tema, los CMS pueden ser instalados por una persona sin conocimientos en bases de datos o lenguajes de programación.

De este modo, **la actualización de un portal basado en estos CMS no requiere que quien la haga sea un experto. Gracias a una interfaz sencilla e intuitiva se puede administrar todo el sitio, desde la información hasta la parte gráfica**.

3.1 Joomla



Joomla es uno de los CMS más populares gracias a la gran cantidad de comunidades y foros de soporte alrededor. Es muy usado para la creación de páginas Web corporativas porque permite que varias personas trabajen al mismo tiempo agregando o modificando contenidos.

Joomla está hecho en php y para guardar los datos usa base de datos Mysql por lo que es indispensable contar con un servidor que ofrezca soporte tanto a Php como a Mysql y debe tener, tambien, acceso mínimo a una cuenta FTP[2] para poder subir los archivos al servidor.

La instalación de Joomla es bastante sencilla y se divide en tres partes:

1. Archivos: para iniciar la descarga acceda a http://www.joomla.org/download.html. Se sugiere descargar siempre la última versión pues esta trae las correcciones de seguridad sobre la versión anterior. En este momento[3] la versión disponible para descarga es la 1.5.22, el archivo que se descarga es un archivo .zip, es decir un archivo comprimido. Dentro de este paquete están comprimidos todos los archivos necesarios para la instalación y funcionamiento de Joomla en el servidor.

2. Una vez descargado este archivo, se requiere descomprimirlo y subir la carpeta al servidor. Para eso se hará uso de un programa FTP. Se sugiere usar Filezilla que es gratuito y bastante seguro.

3. Base de datos: Luego de haber descargado los archivos por FTP a una carpeta del servidor, el siguiente paso es la creación de una base de datos. Esto se puede hacer sin dificultad si el servidor cuenta con un software llamado Cpanel. **En caso que se sienta inseguro en este paso siempre puede solicitar soporte de su proveedor de hosting, ellos se encargarán de crear la base de datos por usted y le enviarán a su correo electrónico el nombre de base de datos, el usuario y la contraseña**.



2- File Transfer Protocol
3- Marzo 2011

En caso de no tener previamente instalado Cpanel lo que debe hacer para acceder es ingresar a http://www.sudominio.com/cpanel. Al hacerlo podrá ver una ventana dónde le preguntarán su usario y contraseña, las cuales deben ser proporcionadas por su proveedor de hosting.

Al ingresar estos datos, verá todas las opciones de control de hosting pero ahora el ineterés está en la creación de la base de datos, así que se debe ubicar el siguiente ícono.



Al hacer clic en él, le preguntará como quiere que se llame su base de datos, le permitirá asociar un usuario a dicha base de datos y asignarle una contraseña. Estos datos son muy importantes para el siguiente paso, así que no olvide tomar nota de estos.

4. Luego de haber creado la base de datos se puede acceder en una ventana de su navegador a la dirección sudominio.com/carpeta-donde-esta-joomla/install. Al ingresar a la carpeta donde subió Joomla seguido de / y de install por ejemplo www.supagina.com/install o si subió Joomla en una carpeta diferente entonces quedaría así: www.supagina.com/carpeta/install; encontrará una página de Joomla donde se le guiará en la consecución de este paso.

La instalación es muy sencilla, solo debe diligenciar la información que se le solicite como el nombre de la página, la contraseña del administrador cuyo usuario por defecto es admin. Después, le solicitará los datos de acceso a la base de datos (datos suministrados en el paso anterior). Al finalizar, dicho asistente de instalación le pedirá que borre o renombre la carpeta install. Puede hacerlo directamente por el cliente ftp (filezilla), o por medio del administrador de archivos de Cpanel. **Solicite soporte a su proveedor de hosting que haga este paso por usted si se siente inseguro**.

Una vez finalizado este paso ya se tiene instalado Joomla en el servidor y se podrá empezar a administrar el contenido de la página así como las plantillas y presentación gráfica sobre Joomla.

Para acceder al administrador de contenidos se deberá ingresar a la dirección: sudominio.com/administrador, aquí le pedirá el usuario y la contraseña. **No se olvide que el usuario, por defecto, es admin, y la contraseña es la que usted definió al momento de la instalación**.

Ventajas

- Al ser de código abierto, cuenta con una gran comunidad de desarrollo que no sólo da soporte sino que ha creado artilugios o componentes para maximizar su capacidad de acuerdo a distintos propósitos

- Generalmente, lo que se necesita ya se ha desarrollado previamente y se puede usar de manera gratuita
- Desarrollar para Joomla es sencillo porque hay más documentación que en otros CMS
- Es ecónomico en tiempo y en recursos monetarios
- Al estar basado en Php y Mysql, requiere de un servidor Apache que es más económico que un servidor de Microsoft. Aún así, también puede ser instalado sobre Microsoft
- Es muy flexible en cuanto a diseño y capacidades
- Se han corregido muchos errores en Joomla gracias a la amplia comunidad de usuarios con que cuenta
- Aunque su plataforma sea muy robusta puede ser encontrada fácilmente por buscadores, haciendo más ligera la descarga de la página
- No es la más intuitiva pero aún así, es muy fácil de editar
- Es fácil compartir contenidos con redes sociales a través de Joomla
- Tiene un wizard o asistente para su instalación
- Al ser desarrollado por una comunidad tan grande ha hecho que sea muy robusta, aligera la descarga y no tiene casi errores
- Lleva más tiempo de desarrollo que otros CMS similares

Desventajas

- Al ser de código libre, se dice que todo el mundo tiene acceso a su código fuente y muchos intentan buscar vulnerabilidades en su seguridad. Hay que estar alerta para actualizar Joomla a la última versión porque frecuentemente lo instalado contrapresta debilidades de seguridad que están subsanadas en la última versión
- Al tener tantas extensiones y componentes hay algunas que tienen código malicioso y son usadas para propósitos de hacking
- Desafortunadamente, mucha de la información está en inglés
- De los editores de contenido acá recomendados, Joomla es menos intuitivo que Drupal o Wordpress aunque eso no significa que no se pueda aprender o adquirir habilidades en esta plataforma

Entre las principales comunidades de referencia se encuentran:

- http://www.joomlaspanish.org/
- http://comunidadjoomla.org/centro-de-ayuda.html
- http://solojoomla.com

3.2 Drupal



Drupal es un CMS con grandes capacidades, bastante personalizable, con una razonable

fuente de documentación en español. Al igual que otros CMS, **cuenta con una gran comunidad de desarrolladores que siempre están creando módulos y funcionalidades nuevas. Además, con Drupal no solo se pueden crear páginas Web, sino también portafolios, tiendas en línea, blogs, entre otras opciones**.

La instalación de Drupal requiere de un servidor Web que ejecute scripts Php, con Apache (o un servidor Web compatible), se recomienda Mysql v3.23.17 o una versión superior. Para descargar la ultima versión visite http://drupal.org y descargue el archivo tar.gz y extraiga los archivos en una carpeta de su computador. Esto creará un nuevo directorio drupal-x.x.x/ que contiene todos los archivos y directorios de Drupal. Mueva los contenidos de este directorio al de su servidor Web donde se encuentra el documento raíz del directorio html público usando un programa FTP como Filezilla.

Posteriormente, cree la base de datos de Drupal para Mysql. Si está usando otra base de datos, revise la documentación de ésta. En los siguientes ejemplos, “dba_user” es un usuario de ejemplo de Mysql que tiene los privilegios de Crear. Usted debe utilizar los nombres apropiados para su sistema.

Lo primero, es crear una nueva base de datos para su sitio Drupal. Esto lo puede hacer desde Cpanel haciendo clic en el ícono



Al igual que en al instalación de Joomla creará una base de datos, le asignará un usuario y una contraseña, otorgando los permisos a ese usuario sobre la base de datos.

Dentro de los archivos de Drupal en la carpeta database/database.mysql encontrará el archivo que contiene la base de datos sobre la que se soportará Drupal. Para instalar esta base de datos en su servidor debe importarla desde Phpmyadmin seleccionando la base de datos sobre la que va a trabajar y luego hacer clic en importar. Seleccionar el archivo sql mencionado y Phpmyadmin se encargará de ejecutar las consultas que crearán la base de datos necesaria para Drupal.

Por último, pase a conectarse con Drupal. En este último paso, se ingresarán los datos de la base recién creada donde se va a guardar la información publicada en su sitio, de tal forma que cada vez que cree un nuevo archivo a través de Drupal este sepa dónde estará esa información y pueda publicarla, eliminarla y editarla. Este paso sólo se hace la primera vez al momento de la instalación.

Es importante tener en cuenta que los datos de configuración de Drupal se encuentran en el archivo ‘sites/default/settings.php’ dentro de la estructura de carpetas de Drupal. Antes de poder ejecutar Drupal, debe estable-

cer la URL de la base de datos y la URL base de su sitio web, así que acceda y abra el archivo de configuración y cambie la línea $db_url para que concuerde con la base de datos creada en los pasos anteriores:

```
$ db_url = "mysql://usuario:contraseña@localhost/drupal";
```

Coloque en $base_url su dirección web:

```
$ base_url = http://www.sueempresa.com
```

Una vez realizados estos cambios en el archivo de configuración, puede ingresar a su sitio Drupal desde el navegador. Al crear una cuenta, podrá empezar a administrar la página, recuerde la primera cuenta creada automáticamente será asignada como cuenta de administrador. Las cuentas que se creen después tendrán solo permiso de usuario normal.

De aquí en adelante, la administración es muy intuitiva. Al igual que en Joomla, puede administrar plantillas, artículos, comentarios usuarios etc. Se recomienda que visite http://drupal.org.es/ para resolver cualquier duda al respecto.

Ventajas

- Tiene una comunidad que si bien no es tan grande como la de Joomla está creciendo y está mayoritariamente en español
- Tiene componentes adicionales que se pueden instalar y que pueden mejorar las capacidades de la página sin necesidad de saber de código de programación
- La interfaz es bastante sencilla para el usuario novato
- En cuanto a diseño y capacidades, hay disponibles plantillas y componentes gratuitos y pagos bien hechos y estéticamente bonitos
- Al ser un CMS con una comunidad grande detrás se ha mejorado la seguridad, la edición y el tiempo de descarga
- Es muy compatible con redes sociales
- Fácilmente indexable en buscadores

Desventajas

- La documentación es más escasa que en Joomla
- Comunidad más pequeña que la de Joomla pues su tiempo de desarrollo es menor
- La comunidad de habla hispana es más pequeña que la de habla inglesa, por lo que tiene menos miembros

Entre las principales comunidades de referencia se encuentran:

http://www.drupal.org.es/

http://groups.drupal.org/colombia

3.3 Wordpress



Otra de las plataformas más populares para la creación de páginas Web publicadas bajo la licencia GNU GPL es

Wordpress que tiene versión gratuita y versión paga. En este punto se hará énfasis, principalmente, en la versión gratuita, sus capacidades y virtudes.

Wordpress, es una plataforma muy robusta mayormente usada para la creación de blogs aunque últimamente ha tenido una muy buena acogida en la creación de páginas empresariales por su versatilidad, facilidad de uso y administración. Los requisitos para instalar Wordpress en un servidor Web son los mismos que para instalar Drupal o Joomla. Es decir un servidor Web que ejecute scripts PHP con Apache (o un servidor Web compatible). Recomendado: MySQL v3.23.17 o superior.

Una de las características más rescatables de Wordpress al igual que de Joomla es la gran comunidad de desarrolladores que la soporta, y la cantidad de módulos y plugins que se consiguen de forma gratuita para ampliar las capacidades de estas plataformas.

Para instalar Wordpress es imprescindible que el servicio de hosting cuente con:

- Soporte para base de datos.
- Capacidad de soportar PHP
- Acceso FTP externo (también los hay basados en Web pero son muy lentos).

Algunas páginas que ofrecen este servicio de hosting son Lycos y miarroba

El primer paso es crear la base de datos, si no sabe como hacerlo puede solicitarlo a su proveedor de hosting. Ellos le enviarán a su correo los datos siguientes: servidor, nombre de la base de datos, el usuario y la contraseña.

O si tiene acceso a Cpanel en su servidor, busque el botón MySQL® Bases de Datos y ahí podrá crear la base de datos, el usuario y contraseña, y luego darle permisos a este usuario sobre dicha base de datos.



En cuanto a los clientes FTP, son programas que permiten subir y bajar archivos del servidor de forma muy fácil y confiable. Puede descargar este Filezilla para Windows o Krusader para Linux.

Una vez se cuente con estos requisitos, siga los pasos a continuación de la instalación.

- Descomprimir los archivos de Wordpress en una carpeta de su equipo
- Edición del archivo wp-config.php: debe renombrar el archivo up wp-config-sample.php a wp-config.php, abrirlo y fijarse en esto:

```
define('DB_NAME', 'wordpress');
define('DB_USER', 'username');
define('DB_USER', 'password');
define('DB_HOST', 'localhost');
```

- **DB_NAME** = nombre de la base de datos.
- **DB_USER** = usuario que accede a la base de datos.
- **DB_PASSWORD** = contraseña para acceder a la base de datos.
- **DB_HOST** = donde está la base de datos (suele ser localhost).

Estos datos se facilitan a la hora de registrarse en cualquier servidor. Por ejemplo, el archivo de configuración de Wordpress quedaría así en lycos:

```
define('DB_NAME', 'Nombrepagina _db');
define('DB_USER', 'Nombrepagina');
define('DB_PASSWORD', '');
define('DB_HOST', 'localhost');
```

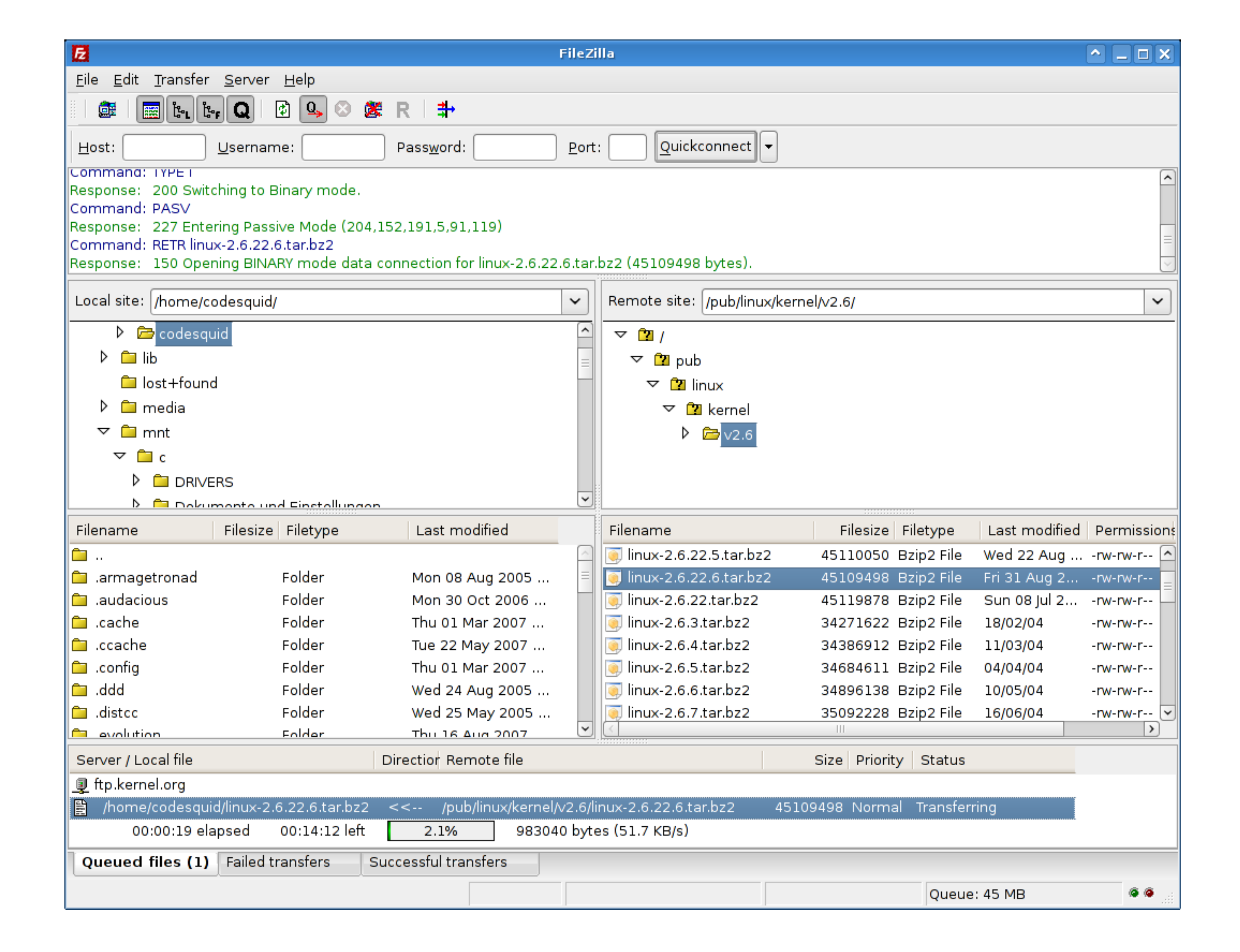
En lycos no hay contraseña para acceder a la base de datos, así que se deja en blanco en DB_PASSWORD, y Nombrepagina es el nombre que se ha elegido para la página.

Por ejemplo: Supongamos que su pagina se llama empresa, su nombre de usuario es admin, su password y el nombre del host miempresa, quedaría algo como esto:

```
define('DB_NAME', 'empresa);
define('DB_USER', 'admin');
define('DB_USER', 'password');
define('DB_HOST', 'miempresa);
```

- Configuración del cliente FTP y subida de los archivos descomprimidos de Wordpress al servidor. Para esto se requieren tres datos:nombre del servidor de FTP, login y contraseña. Cuando se inscribe a algun servicio de hosting los datos son enviados al correo electrónico.

  Una vez ingresados estos datos en el programa FTP, y haciendo clic en conectar aparecerán dos ventanas, a la izquierda la de navegación de archivos locales y a la derecha la de navegación de archivos en el servidor. En ese momento, solo debe arrastrar la carpeta desde la ventana local a la del servidor.


FileZilla
File Edit Transfer Server Help
Host: Username: Password: Port: Quickconnect
Command: TYPE I
Response: 200 Switching to Binary mode.
Command: PASV
Response: 227 Entering Passive Mode (204,152,191,5,91,119)
Command: RETR linux-2.6.22.6.tar.bz2
Response: 150 Opening BINARY mode data connection for linux-2.6.22.6.tar.bz2 (45109498 bytes).
Local site: /home/codesquid/
codesquid
lib
lost+found
media
mnt
c
DRIVERS
Remote site: /pub/linux/kernel/v2.6/
/
pub
linux
kernel
v2.6
Filename Filesize Filetype Last modified
..
.armagetronad Folder Mon 08 Aug 2005 ...
.audacious Folder Mon 30 Oct 2006 ...
.cache Folder Thu 01 Mar 2007 ...
.ccache Folder Tue 22 May 2007 ...
.config Folder Thu 01 Mar 2007 ...
.ddd Folder Wed 24 Aug 2005 ...
.distcc Folder Wed 25 May 2005 ...
Filename Filesize Filetype Last modified Permissions
linux-2.6.22.5.tar.bz2 45110050 Bzip2 File Wed 22 Aug ... -rw-rw-r--
linux-2.6.22.6.tar.bz2 45109498 Bzip2 File Fri 31 Aug 2... -rw-rw-r--
linux-2.6.22.tar.bz2 45119878 Bzip2 File Sun 08 Jul 2... -rw-rw-r--
linux-2.6.3.tar.bz2 34271622 Bzip2 File 18/02/04 -rw-rw-r--
linux-2.6.4.tar.bz2 34386912 Bzip2 File 11/03/04 -rw-rw-r--
linux-2.6.5.tar.bz2 34684611 Bzip2 File 04/04/04 -rw-rw-r--
linux-2.6.6.tar.bz2 34896138 Bzip2 File 10/05/04 -rw-rw-r--
linux-2.6.7.tar.bz2 35092228 Bzip2 File 16/06/04 -rw-rw-r--
Server / Local file Directior Remote file Size Priority Status
ftp.kernel.org
/home/codesquid/linux-2.6.22.6.tar.bz2 <<-- /pub/linux/kernel/v2.6/linux-2.6.22.6.tar.bz2 45109498 Normal Transferring
00:00:19 elapsed 00:14:12 left 2.1% 983040 bytes (51.7 KB/s)
Queued files (1) Failed transfers Successful transfers
Queue: 45 MB

Una vez realizados los cambios en este archivo, debe subir la carpeta completa de Wordpress al servidor usando el cliente FTP, es decir el programa como filezilla.

- Instalación de Wordpress: localice el archivo install.php, que debe estar dentro del directorio en wp-admin.

  Para realizar la instalación hay que ejecutar install.php y para ello debe escribir la dirección completa en el navegador así: http://servidor.com/empresa/wp-admin/install.php

  Si todo va bien, le saldrá esto:



Haga clic donde dice Primer Paso y siga los pasos que le indica Wordpress. Al final se genera un password (admin) y una contraseña para su página o blog. Se recomienda cambiarla por una de fácil recordación, para ello teclee el nombre de su sitio en el navegador http://usuarios.lycos.es/empresa/, ingrese como admin con la contraseña que acaba de apuntar, y busque la pestaña perfil, ahí encontrará la opción de cambiar contraseña. Es muy importante borrar el fichero install.php, por seguridad.

Ventajas

- Una vez ha sido instalada, Wordpress tiene una facilidad de administración sobre Joomla y Drupal
- Muy intuitiva
- Tiene una comunidad grande de desarrollo en español y en inglés que permite recibir ayudas por parte de la misma
- Tiene muchos componentes y extensiones para diferentes propósitos
- Se puede crear una página con un subdominio gratuito sin necesidad de adquirir un hosting. Ejemplo: http://suempresa.wordpress.com. Esto le permitirá conocer la herramienta y saber si le sirve para sus propósitos
- Tiene disponibles plantillas gratuitas creadas por profesionales
- La carga de una página creada en Wordpress es ligera
- Conexión con redes sociales
- No se requiere tener instalado el Wordpress en el servidor

Desventajas

- La versión gratuita no permite modificar mucho el estilo de la página aunque ofrece una enorme cantidad de opciones de plantillas para un empresario que esté iniciando
- Tener un subdominio en la versión gratuita es bueno para empezar, pero lo ideal es evolucionar y no quedarse en una

página que podría ser considerada como poco profesional, así que adquirir un dominio propio, pagando directamente a Wordpress es una opción a considerar

Las siguientes comunidades en español cuentan con contenido de gran interés sobre la instalación y modificación de Wordpress, con el fin de lograr las adecuaciones a sus necesidades específicas.

- http://ayudawordpress.com/tutorial-wordpresscom-en-pdf/
- http://www.tips4wordpress.com/blog/video-tutoriales/
- http://www.bdebloggers.com/devpress-nuevo-sitio-referencia-comunidad-wordpress.html

Wordpress tiene una ventaja sobre Joomla importante para resaltar y es la facilidad de la administración una vez la plataforma ya está instalada. Al igual que con Joomla la instalación la debe hacer, preferiblemente una persona con conocimientos suficientes, pues requiere subir archivos por FTP, creación de bases de datos, asignación de permisos a usuarios en la base de datos. Esta es una tarea que puede solicitar sin costo adicional a su proveedor de hosting, no deje de hacerlo.

Wordpress contrario a lo que muchos creen no es simplemente una plataforma de creación de blogs, pues si bien un novato puede instalar y poner a correr un blog en minutos, esta tiene mucho más que ofrecer. La forma en que está hecha permite que una persona con los conocimientos suficiente haga maravillas, su interfaz y su funcionalidad son altamente extensibles.

4. Tipos de servidores



Image: twobee FreeDigitalPhotos.net

Los proveedores de hosting o servidores, en palabras simples, ofrecen un computador ubicado en un edificio con las condiciones necesarias para garantizar su buen funcionamiento y continua conexión a Internet, al cual se puede acceder desde cualquier parte del mundo por medio de una dirección IP, y en el que se alojan o guardan los archivos que conforman una página Web. Es decir que cuando se visita una página Web, ingresando a una dirección Web como por ejemplo www.eltiempo.com lo que hace es decirle al navegador que se conecte al equipo con una dirección IP específica y descargue en el computador los archivos necesarios para poder visualizar dicha página Web.

En ese sentido, **un proveedor de hosting es básicamente una empresa que se encarga de arrendar el espacio en dichos equipos a las organizaciones interesadas en contar con un espacio virtual**. Estas empresas, comúnmente, cobran por mes, o por año el uso de cierto espacio en el disco duro de sus equipos. Estas, a su vez, ofrecen el servicio de registro

de dominio, el cual corresponde a la asignación de una dirección IP, una dirección fácil de recordar como lo es www.colombiadigital.net o www.google.com. Esto es mucho más fácil de recordar que por ejemplo la dirección IP de uno de los servidores de Google que es 201.245.193.147. Si ingresa este largo número en su navegador verá como lo lleva a www.google.com

En Colombia hay muchas empresas que ofrecen este servicio de registro de dominio y hosting. **Es muy importante escoger, para su página Web, una empresa que tenga experiencia, que cuente con un equipo de soporte dedicado y que esté siempre listo a responder sus inquietudes.** Así como hay empresas que ofrecen hosting y dominio desde quince mil pesos por año, hay otras que ofrecen los mismos servicios por ciento cincuenta mil pesos el año. La diferencia entre estos precios debe ser analizada con detenimiento. Comúnmente estos son los **principales factores diferenciales**:

• **Espacio en disco duro:** en cuanto al espacio en disco duro que vaya a contratar tenga en cuenta el tipo de servicios que va a ofrecer en su página Web. Por ejemplo si su página Web es para un restaurante, lo más probable sea que no necesite mucho espacio pues no es probable que un usuario requiera subir archivos a su página, tampoco es muy probable que tenga en ella videos muy grandes o galerías de fotos muy extensas. Entonces para este escenario se recomendaría un espacio en disco duro de 300 o 500 MB. También es importante pensar a futuro si desea implementar en su página Web plataformas como blogs, foros, correo electrónico para muchos miembros de la empresa, etc, que de seguro le ocuparán un importante espacio adicional.

• **Tipo de servidor:** existen varios tipos de servidor, que se diferencian principalmente por el sistema operativo del equipo, lo cual afecta directamente el precio del alquiler. Hay equipos con Linux, un sistema operativo gratuito, y hay también servidores con sistema operativo Windows, por el cual hay que pagar una licencia, presentando así un incremento en el precio del arriendo de hosting. A la hora de elegir entre un servidor Linux y otro Windows, debe tener en cuenta la tecnología sobre la que está soportada su página Web, una escrita en Html o Php puede ser alojada sin dificultad en cualquiera de las dos plataformas, Windows o Linux, pero una página hecha en aspx es recomendable que se aloje en un servidor Windows pues aspx es un lenguaje desarrollado por Microsoft y da mejor soporte.

• **Tipo de hosting:** existen tres tipos de hosting que llevan a una diferencia más sobre el servicio a escoger.

1. Servidor dedicado: es un equipo conectado a Internet en cuyo disco duro se van a guardar únicamente los archivos de su página Web, es el tipo de servidor más costoso. Una de las ventajas es que se puede hacer envío masivo de correos, por ejemplo para campañas de publicidad o comunicaciones, muy necesarios en la nueva era de la publicidad, tema que se ampliará mucho más en el capítulo 7 "Publicidad en línea… no te quedes en lo físico".

2. Vps: es un tipo de servidor que tiene privilegios similares a los de un servidor dedicado, usted tendrá control sobre lo que ocurre en este equipo, pero este no será total. **Este tipo de servidor lo que hace es usar un equipo para alojar varias páginas de varios clientes, pero trata a cada cliente como si estuviera en un equipo solo para él**.

3. Compartido: **este es el tipo de servidor más económico y común, se refiere a un computador donde se alojan varias páginas Web, y el control sobre ellas es limitado**. Para hacer un cambio importante en la configuración de este equipo se debe solicitar directamente al soporte técnico de la empresa de hosting.

En este tipo de servidores existen varias restricciones como por ejemplo el envío de correo masivo, pues esto consume muchos recursos de procesamiento y memoria del equipo y esto influiría en el rendimiento de las otras páginas alojadas en el equipo.

Dadas estas diferencias, se recomienda cotizar varias empresas de hosting, les cuente qué está pensando en implementar en su página Web, qué servicios ofrecerá y qué tanto control quiere sobre el equipo a arrendar. Ellos lo guiarán de forma más específica y le recomendarán el plan que se ajuste a sus necesidades, pero recuerde el adagio popular, lo barato sale caro. **Verifique siempre que otras páginas tiene alojadas la empresa que piensa contratar, busque en Internet, seguro encontrará comentarios respecto al servicio que esta empresa ofrece**.

Es recomendable contratar una empresa con varias años de experiencia y un equipo de soporte calificado. Tome su decisión con calma, el contrato que usualmente se suscribe es de un año, y hacer transferencia de la página Web de un servidor a otro puede llevar a que su página quede fuera de línea uno o dos días, dependiendo de la cantidad de archivos y bases de datos.

En síntesis, **busque un proveedor que le de seguridad, que le ofrezca un precio competitivo y unas características de acuerdo a sus necesidades específicas, esta no es una decisión para tomar a la ligera**. Dicho esto, se citan varias empresas ubicadas en Colombia, con diferentes rangos de precios según las necesidades de cada usuario, con un equipo de soporte presto a responder a sus inquietudes y con una experiencia suficiente y calificada. Estas empresas son:

- Colombia Hosting: http://www.colombiahosting.com.co
- Imagina Colombia: http://www.imaginamos.com/hosting.html
- Imaginamos.com: http://www.imaginamos.com/planeshosting.html
- SoluWeb: http://www.solucionesenlaweb.net/hosting.html

Ahora sí, listo para crear su página Web

Una página Web es esencial en el siglo XXI dado que se constituye en el local comercial por excelencia del empresario innovador y moderno. Pero solamente de usted depende si desea que este local esté limpio, completo y que ofrezca el mejor servicio a sus clientes o que por el contrario se convierta en un estorbo para aquellos que están interesados en sus productos o servicios. Debe tener en cuenta que una vez construida esta página, la labor que sigue es la de mantener, actualizar y estar atento a las interacciones que recibe de parte de personas interesadas ya que de nada sirve tener una página apropiada si no le presta la atención que esta se merece.

Es importante resaltar que las redes sociales, las cuales podrá ampliar en el capítulo 5 "Redes sociales: ¿solo para cotorrear?", son fundamentales en la tarea de resaltar y dar a conocer una página Web o un servicio. El manejo de las redes debe ir asociado y siempre ligado al manejo y administración de su página Web, los contenidos que estén en sus perfiles de Facebook o Twitter deben ser consecuentes con lo que tenga en su sitio Web. De igual manera, es conveniente considerar la inversión en estrategias de publicidad en línea para darle más visibilidad a su página, para lo que puede consultar el capítulo 7 "Publicidad en línea… no te quedes en lo físico".

>Ahora la oficina es virtual. Colaboración, comunicación y productividad a tráves de Internet

Oswaldo Ospina · María Juliana Tobón

04

¿Qué tanto ha cambiado el mundo en los últimos veinte años? El anterior interrogante puede tener algunos matices según el área que se tome para analizarse; hay por ejemplo condiciones de vida en algunos países que han cambiado poco y siguen presentándose las mismas carencias que hace veinte años o incluso más. Pero, paralelamente, existen evidencias que constatan cambios sustanciales en cómo hoy las personas se comunican, acceden a información y aprenden.

Ahora, cuando las transformaciones se trasladan al campo de las organizaciones, el escenario presenta aún mayores diferencias frente al que se tenía al comienzo de la última década del siglo anterior. La globalización, la apertura de mercados, la consolidación de bloques económicos, son factores que han influenciado la manera en como se adelanta la actividad empresarial en cualquiera de los lugares del mundo. Las barreras se han reducido y hoy, en efecto, puede decirse que asistimos a la denominada Aldea Global, ante todo fruto de la vertiginosa revolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC.



Image: jscreationzs FreeDigitalPhotos.net

Poder comparar entre varias opciones de un mismo producto, realizar pedidos, comprar, efectuar transferencias de dinero, todo esto en cuestión de minutos y hasta en pocos segundos, sin importar las distancias, es posible en la actualidad gracias a Internet. Este **desarrollo tecnológico ha implicado un profundo cambio en la manera en como la empresa del Siglo XXI produce, vende, se organiza y, en últimas, compite. El mundo empresarial cambió y hay organizaciones que ya leyeron el mensaje y se han venido adaptando a la forma como deben jugar en el nuevo entorno. Pero hay otras que aún no han iniciado la incorporación del uso de Internet en las actividades de su negocio. ¿En qué grupo está su empresa?**

Para comprobar qué tanto provecho está haciendo su organización del uso de Internet, le invitamos a revisar la frecuencia de realización de las siguientes actividades a través de la red:

- [x] Elaborar colaborativamente un documento o un informe con varios miembros de su organización sin utilizar el mecanismo de archivos adjuntos del correo electrónico.
- [ ] Subir información interna o con acceso a los clientes, a una base de datos disponible en Internet y a la cual es posible acceder desde cualquier lugar, tan solo a través de acceso a la red.
- [ ] Guardar documentos en Internet para acceder, cuando se requiera, sin depender del disco duro de la oficina, el computador personal o un dispositivo de memoria USB.
- [ ] Realizar seguimiento a la evolución de uno o varios proyectos de su organización en tiempo real.
- [ ] Elaborar cotizaciones o informes, de forma simultánea, por varios colaboradores de su organización.
- [ ] Conocimiento de los tiempos disponibles de los integrantes de un equipo para agendar reuniones, planear sesiones de trabajo, programar citas con potenciales clientes.

Si aún no realiza ninguna o al menos una de las tareas anteriores, este capítulo es para usted. El objetivo es mostrarle cómo puede su empresa ponerse a tono para trabajar con herramientas que le permitan mejorar su negocio, fomentar una mayor colaboración entre sus equipos, tener un mayor seguimiento de las actividades y ser más eficientes con el manejo del tiempo, entre otros. Para ello se presentarán la funcionalidad de herramientas de documentos en línea y calendario.

Creando, colaborando, compartiendo.

En la actualidad, más que en cualquier otro momento de la historia, **el conocimiento y las ideas se construyen de forma colaborativa incentivando el trabajo en equipo pero a su vez por razones de ubicación geográfica, de teletrabajo**. En una empresa, por ejemplo, un vendedor puede estar en Pitalito, Huila, mientras el encargado de presupuesto puede encontrarse en Cali y a su vez el ingeniero, o encargado de la parte técnica de la compañía, se encuentra en Bucaramanga y "juntos", al mismo tiempo, pueden estar elaborando una oferta comercial a presentar a uno de los potenciales clientes. Pueden estar trabajando en el mismo documento con la posibilidad de realizar comentarios u observaciones, en línea, sobre lo que está planteando alguno y en el mismo momento hacer los ajustes pertinentes.



http://blog.artecar24.com/2010/03/trabajo-colaborativo-o-groupware.html

Este mismo ejercicio, a la manera antigua, sin colaboración en tiempo real, se realizaría de la siguiente manera: uno de los integrantes del equipo iniciaría la construcción de la oferta, luego se la enviaría a otro por medio de un archivo adjunto de correo electrónico, quien haría sus aportes y posteriormente se la enviarían al tercero para que incorpore su parte. Dado que este último podría tener observaciones sobre lo avanzado y propone ajustes, de nuevo debe adjuntar el documento en una nueva versión y se los envía al resto de integrantes para que reinicien el proceso de revisión. Posiblemente, después de varios correos electrónicos y versiones, se obtenga la oferta definitiva, pero no se puede establecer, pese a la intención colaborativa del trabajo, que se optimizaron tiempos y que se dio lugar a una discusión, propia del trabajo en equipo, simplemente hubo un autor del texto y otros dos que hicieron comentarios al mismo.

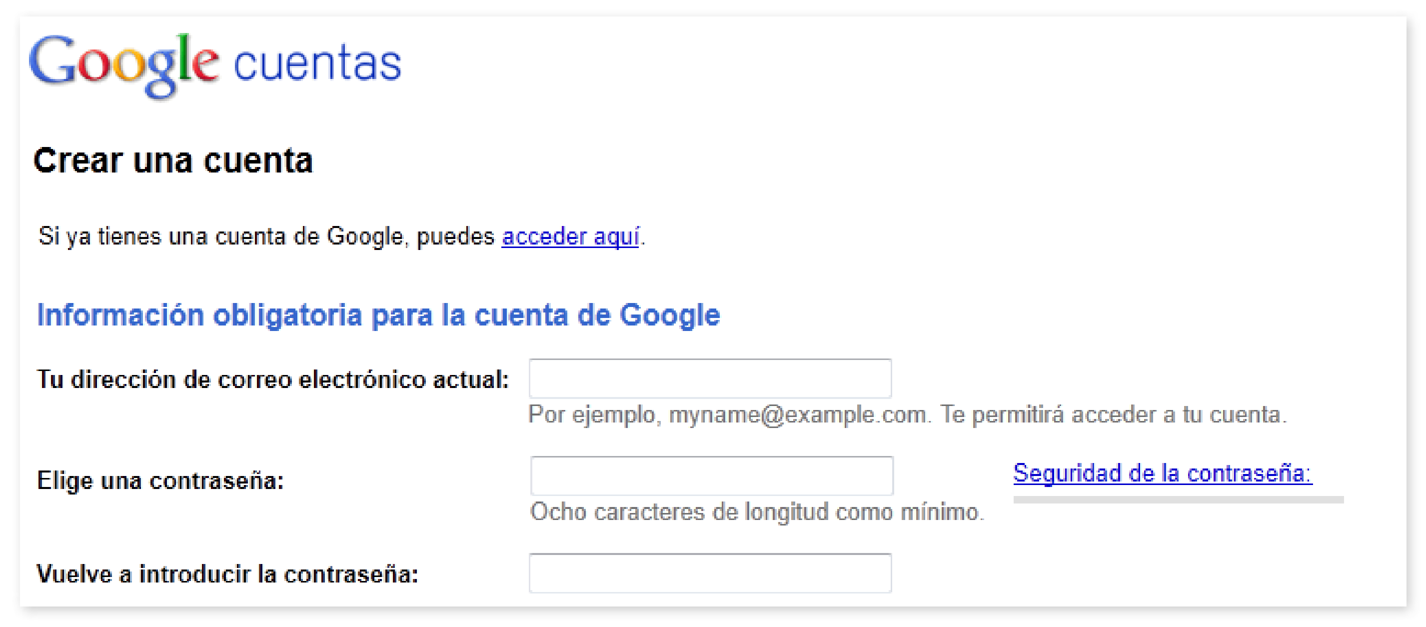
Pregunta: ¿no se hubiera podido ahorrar tiempo, maximizar esfuerzos y ante todo contar con una propuesta de mayor calidad por la discusión propiciada, si tuviesen todos la posibilidad de trabajar en un solo documento y hacer la propuesta de ajustes durante el mismo proceso de elaboración? La respuesta es afirmativa y a continuación se presentará la forma de hacerlo, para que en el caso de su empresa, incorpore prácticas de creación colectiva y colaborativa en la realización de documentos tales como ofertas comerciales, informes, comunicados, entre otros.

Google Docs

Una de las herramientas sencillas y gratuitas que existen para la producción de documentos de forma colaborativa es **Google Docs. Esta ofrece recursos comúnmente usados en el ámbito empresarial, como procesador de palabras, hoja de cálculo y presentaciones, pero de igual manera el acceso a la posibilidad de realizar formularios como insumos de encuestas a aplicar entre sus clientes y ante todo plantillas que se ofrecen como modelos para realizar presupuestos, coordinación de actividades en calendarios. Aplicaciones todas de gran utilidad a la hora de ponerse en marcha en la disminuición de tiempos y maximización de la productividad**.

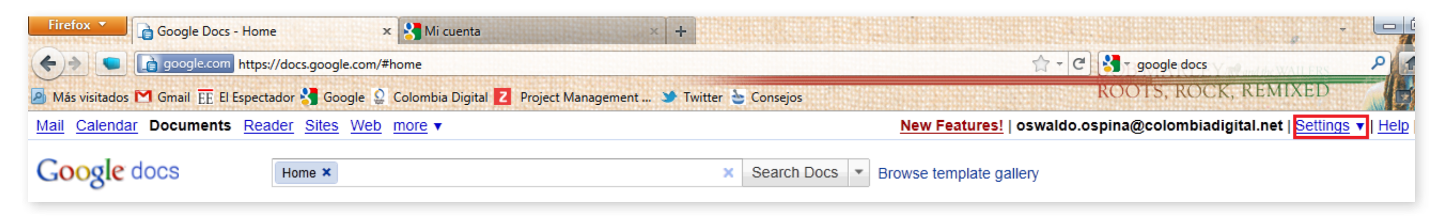
Para acceder, el único requisito que debe cumplir es contar con una cuenta de correo electrónico de Google. En caso de no contar con una, el procedimiento es muy sencillo, se debe registrar en la página Web: www.gmail.com, accediendo al vínculo Crear una cuenta. Al ingresar a este, suministre los datos solicitados en el formulario, que obedecen, básicamente, a:

» nombre,
» nombre de usuario,
» contraseña,
» escribir la fecha de cumpleaños y
» aceptar las condiciones de servicio.



Pero si usted ya posee una cuenta de Gmail o de otro de los servicios de Google, haga uso de ella para acceder a Google Docs.

Una vez se ha registrado y entra por primera vez a la plataforma de Google Docs, es posible que el idioma predeterminado sea inglés y en caso que desee cambiarlo a español, debe hacer clic en la palabra *settings* del costado superior derecho y posteriormente *Documents settings*. En este momento aparecerá una nueva pantalla y en la primera sección, *Language*, podrá desplegar las opciones para proceder al cambio de idioma. Selecciona español y en la parte inferior oprima *Save*. Al ejecutar esta acción, el idioma de la plataforma debe cambiar por el elegido.

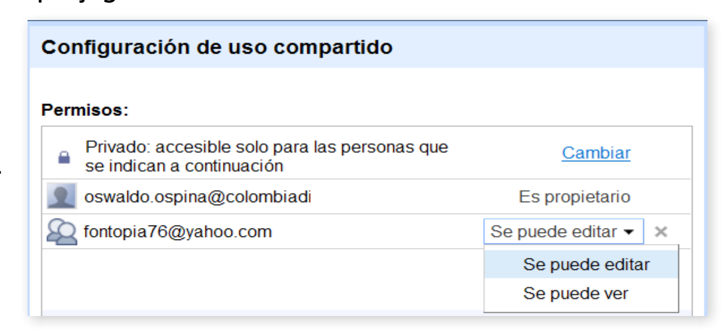


Ahora, se dará paso a la exploración de la primera aplicación de Google Docs: **procesador de palabras**. En esencia, funciona igual que cualquiera de los programas similares que haya utilizado antes, sólo que este lo hace en línea, sin necesidad de instalación, pagar por una licencia para su uso y con las posibilidades de colaboración mencionadas con anterioridad.

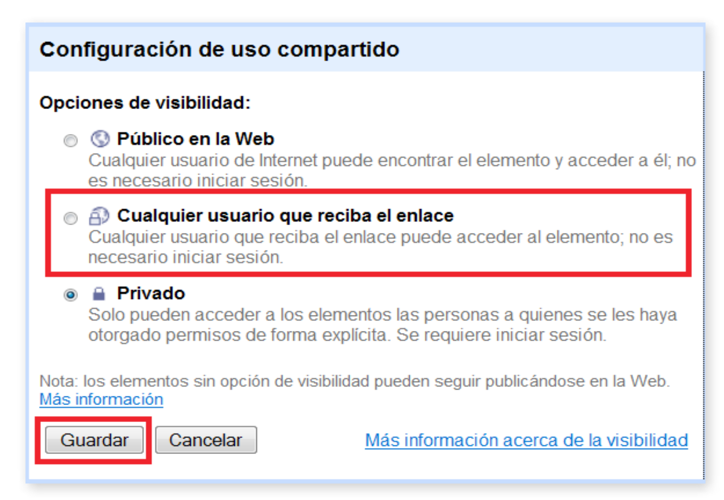
Para elaborar el primer documento vaya a la parte superior derecha y en el botón Crear nuevo ▾ despliegue el menú y seleccione Documento . En este momento, en su pantalla aparecerá una hoja en blanco lista para proceder a la elaboración del comunicado, informe, cotización o el escrito que necesite. Como podrá apreciar, el menú de edición (cambio de estilo y tamaño de letra, subrayar, numerar y hacer viñetas, centrar el texto, entre otras opciones) se le hace familiar, este se asemeja al que tienen varios tipos de programas, como por ejemplo Microsoft Office Word, el más popular, así que el funcionamiento, seguramente, no será extraño para usted.

Empiece asignándole un nombre al documento haciendo clic en la ventana en la que aparece el mensaje Documento sin título, ubicada en la parte superior izquierda de la pantalla.

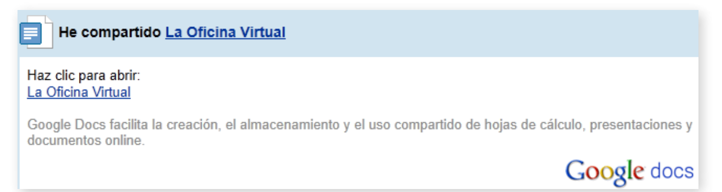
Una vez ha iniciado la elaboración de su escrito y desea que otra u otras personas puedan tener acceso para que realicen sus aportes al documento tal como lo ilustraba en la introducción de esta sección, debe ir entonces al botón Compartir ▾ ubicado en la parte superior derecha. En la ventana que se abre debe introducir los correos electrónicos de las personas a invitar. Una vez las tiene agregadas puede asignarles el permiso que desea, "puede editar" o "puede ver" con el fin de definir el rol que jugará cada actor en la construcción del documento.



Si los correos ingresados no son de gmail, con el fin que puedan posteriormente entrar y trabajar en el documento, debe cambiar la opción de privacidad haciendo clic en el vínculo Cambiar y seleccionar la opción de Cualquier usuario que reciba el enlace.



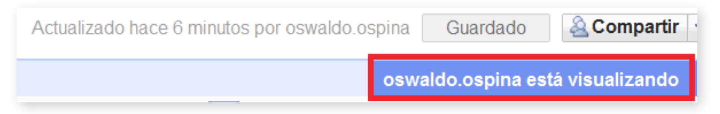
Al realizarles la invitación, las personas agregadas recibirán una notificación por correo electrónico en la que se le anuncia que se las ha compartido un documento y al cual pueden acceder desde el vínculo incluido en el correo.



De esta forma, **su documento se encuentra listo para ser construido a varias manos, en el que cada uno de los participantes, según el tema o tareas asignadas, estará en capacidad de realizar sus aportes, bien en el mismo instante de tiempo o cada uno en el momento que pueda acceder a la plataforma, sin necesidad que los otros estén conectados**.

En el caso que alguno de los integrantes desea hacer una observación para que sea tenida en cuenta por los demás, puede ir al menú y en Insertar seleccionar Comentario. Esta herramienta es particularmente útil en la construcción colectiva porque permite que los redactores planteen inquietudes, soliciten aclaraciones o ampliaciones de las ideas expuestas en los párrafos, sugerir que se incluyan elementos ilustrativos como imágenes o gráficos, o plasmar apreciaciones sobre los apartados escritos por los otros.

En el caso que se encuentren elaborando el documento de forma simultánea, pueden realizar las orientaciones respectivas, comentarios y coordinación del escrito en tiempo real, haciendo uso de la ventana de chat que tiene la aplicación; asemejando así a un debate presencial entre los involucrados que enriquecerá el documento y el propósito del mismo. Para este caso debe ir a la parte superior derecha y oprimir el área que indica las personas que en ese momento están visualizando el documento. Aquí se desplegará una ventana de chat en la que todas las personas conectadas pueden participar.



Es importante tener en cuenta que pese a que el documento se va guardando automáticamente, debe cerciorarse que los cambios que poco a poco se van implementando queden a salvo, para lo cual sólo deberá oprimir el botón Guardar ahora ubicado en la parte superior derecha.

Una vez considere que el documento se encuentra listo o sencillamente quiere conservar la versión avanzada hasta el momento en su computador, puede entonces realizar su respectiva descarga. Para ello puede ir al menú "Archivo" y una vez se encuentra en "Descargar como", seleccione la opción que desee. En caso que quiera seguir trabajando el documento en un procesador de palabras, la recomendación sería Word, o si desea guardarlo evitando que pueda modificarse porque es la versión que por ejemplo, enviará finalmente a su cliente, la opción sería PDF.

Hasta este punto se ha realizado la exploración básica de una aplicación de Google Docs haciendo particular énfasis en las opciones de colaboración. Ahora, otras aplicaciones como Hoja de cálculo y Presentación funcionan de manera similar. Para abrir cualquiera de ellas vaya al menú Archivo y al desplegarse las opciones elija la opción requerida según el tipo de documento que desee elaborar. Por ejemplo, si su empresa está considerando la postulación a una convocatoria o está a punto de iniciar un nuevo proyecto, deberá elaborar un presupuesto detallado en el que se requiere información relacionada con los objetivos y metas, estrategias, tiempos y costos, necesitando así la colaboración de varios integrantes de su organización. En este caso, se recomienda abrir una hoja de cálculo y compartirla con las personas que deben hacer sus aportes para la construcción del presupuesto que respalde la convocatoria.

Asimismo, **Google proporciona un importante número de plantillas que le proporcionan ejemplos y agilizan, en este caso la realización de su presupuesto. Pero, también entre estos se pueden encontrar, en la categoría específica Empresa que para esta ocasión es la más acertada, plantillas para configurar bases de datos, calendarios de agendas e incluso diseños de brochures**.

Regresando a la hoja de cálculo, una vez seleccionada la opción Hoja de cálculo se recomienda proceder a darle nombre tal y como se realizó anteriormente para la aplicación de Documento o Procesador de palabras. La opción de Compartir funciona de manera igual, por lo que sólo requerirá incluir las direcciones de correo de las personas a invitar para cumplir la tarea. También podrá desplegar la opción de chat para aclarar dudas, coordinar aspectos relacionados con la elaboración del presupuesto y, en general, compartir ideas con quienes se encuentran en ese momento trabajando en línea.

Por otra parte y tomando nuevamente como referencia el ejemplo de la convocatoria, se requerirá también de un documento para exponer la estructura del proyecto, el cual puede ser presentado ante los posibles aliados que participarán en la ejecución del mismo. Teniendo en cuenta que es posible que se cuente con poco tiempo para elaborarlo y se requiere la participación de varios integrantes de la organización, la opción recomendada es Presentación que puede encontrar en el menú Archivo de Google Docs. Esta aplicación funciona con las opciones básicas del conocido programa de Microsoft Office, Power Point, y de manera colaborativa también permite compartirlo para ser editado por varias personas. No obstante, a diferencia de Documento y Hoja de cálculo no tiene habilitada la opción de chat ni de agregar comentarios.

Como puede haberse dado cuenta hasta el momento con las opciones de los diferentes programas de Google Docs, las posibilidades van más allá de hacer y editar documentos. El potencial de este recurso para su organización se

encuentra en el fomento a la colaboración entre sus equipos de trabajo y la consolidación de una metodología cotidiana de creación colectiva. Ahora, de usted depende como aprovechar al máximo estas opciones para mejorar la productividad de procesos de su organización. No deje de intentarlo y en poco tiempo verá los resultados en su empresa ya que estas herramientas posibilitan fomentar el trabajo en equipo sin necesidad de presencia física, en la nube.

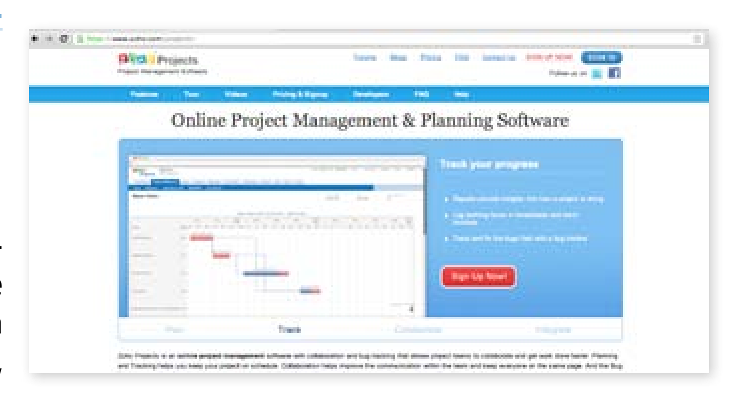
Si quiere ampliar sus conocimientos acerca de esta útil herramienta de Google, y poder hacer uso de otros formatos de gran utilidad como lo es el Formulario para la creación de encuestas o de formatos de preguntas para clientes visitantes, es recomendable consultar tutoriales como: ▶ http://www.youtube.com/watch?v=vhL5y51dSig&feature=related

Incluso, acceda a la guia sobre Google Docs y empoderese más del tema: http://www.google.com/google-d-s/intl/es/tour1.html

Zoho Projects

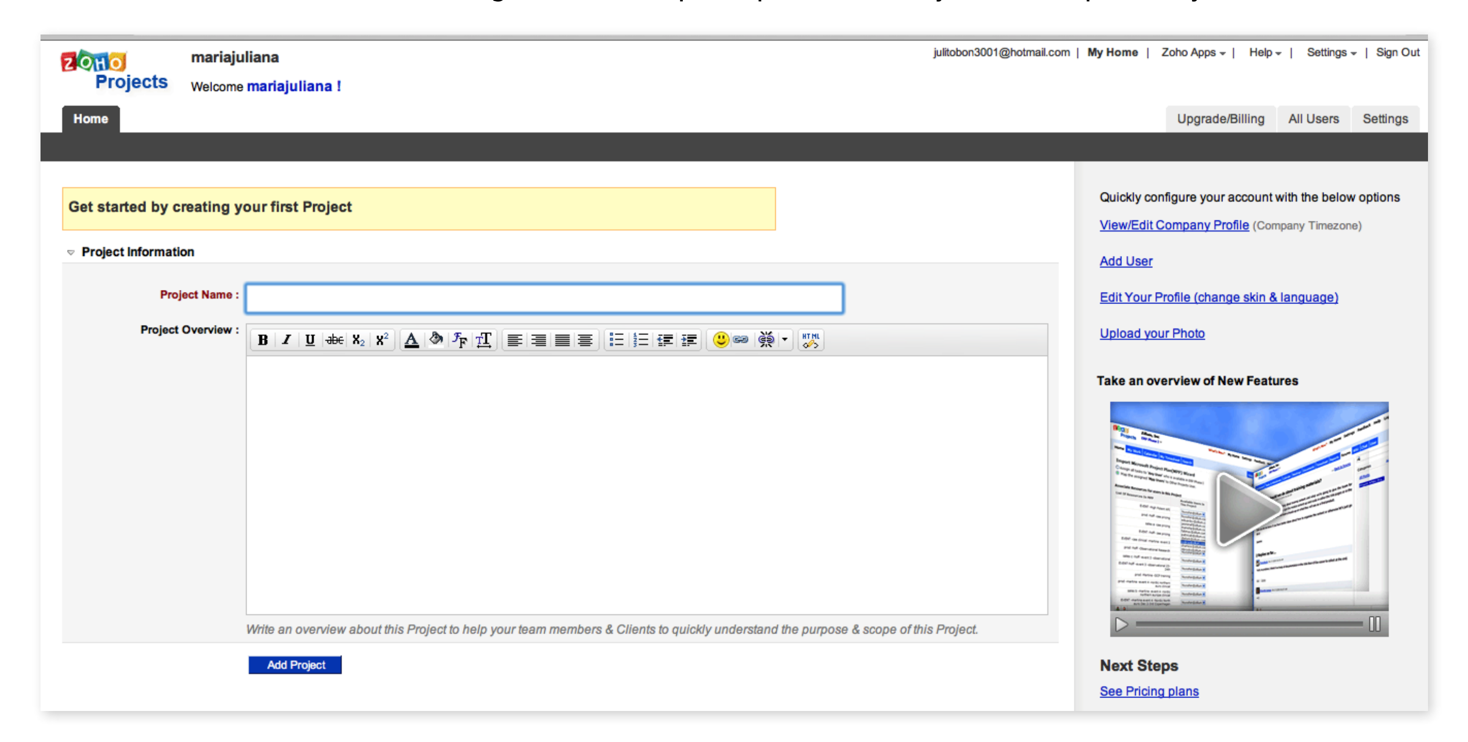
La exposición anterior se basó en la herramienta Google Docs por su sencillez y accesiblidad a todo tipo de usuario cumpliendo con el objetivo de crear de forma colaborativa, a partir de compartir documentos en línea, que apoyan el incremento de la productividad de una empresa. No obstante, otras como Zoho Projects, Brain Storm y Open Project son de gran utilidad mencionar con el fin de sembrar en los lectores la curiosidad de explorar un poco más en ellas.

Zoho es un conjunto de aplicaciones en línea pensadas para incrementar la productividad en la nube; en este apartado se hará referencia, específicamente, a **Zoho Projects. Este tiene dos modalidades para compartir documentos, permite cargar archivos ya existentes en el disco duro de su computador, y crear documentos en la nube que pueden ser compartidos y modificados por otros a través de Zoho apps. Además, tiene otros aspectos de gran utilidad a destacar como lo es la posibilidad de establecer tareas, responsables, tiempos y porcentajes de cumplimiento; y cuenta al igual que Google Docs con la posibilidad de chat entre aquellos usuarios que se encuentren conectados o en línea**.



Para ingresar a Zoho Projects vaya a http://www.zoho.com/projects/, ahí podrá acceder a través de su cuenta de correo de Gmail, Yahoo, Facebook, o creando una cuenta diferente. Esta aplicación cuenta con diferentes versiones, gratuitas y pagas. Entre las pagas las diferencias oscilan a partir del tamaño de almacenamiento de archivos en la nube, principalmente, van desde 3GB hasta 30 GB, y permitiendo una cantidad de proyectos ilimitados; los costos anuales parten de US$ 99. No obstante, la versión gratuita es un primer acercamiento que le permite guardar y compartir hasta 10 MB y crear un solo proyecto lo que le facilitará explorar esta aplicación para darse cuenta de la utilidad en su empresa.

Una vez ingrese a su cuenta, deberá nombrar el proyecto que desea crear y compartir con los demás miembros de su empresa, y si desea podrá, incluso, añadir una descripción del mismo con el fin de establecer los propósitos que este busca y las líneas que trabajará.



Tras la creación de su proyecto, podrá dar inicio a su trabajo colaborativo agregando cuantos usuarios desee en "Add users to this project" en el menú de la derecha de la página. Para este paso solo debe conocer el correo electrónico de la persona a la que le desea compartir el proyecto, agregarlo y definir el rol de este entre: Manager (gerente), Employee (empleado) y Contractor (contratista).

En ese menú también encontrará las opciones para crear hitos[1] (Create your first Milestone), montar documentos (Upload your Project Documents), convocar reuniones entre los usuarios añadidos anteriormente (Create your first Meeting) e incluso dar origen a foros de discusión con el objetivo de dar cumplimiento a un hito o tarea (Post your first Forum TopicMilestone).

Como lo puede apreciar en la descripción realizada, Zoho Projects es una magnífica ayuda a la hora de trabajar en equipo, los diferentes insumos están al alcance de todos los usuarios y se puede conocer los aportes individuales que cada uno va generando en pro de la meta estipulada. Con el fin de tener un mayor acercamiento se recomienda consultar:

- ▶ http://www.youtube.com/watch?v=3RD_3wooRjI&feature=player_embedded
- ▶ http://www.youtube.com/watch?v=oY5dxFDorX8&feature=player_embedded
- ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital# p/u/0/3vMMmL_4Y54
- ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital# p/u/1/U-pbjjCBMkM
- ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital# p/u/2/ZgYF7CDEGOc

El tiempo es oro



Image: renjith krishnan FreeDigitalPhotos.net

La frase que da nombre a este apartado es una máxima de la vida y cobra aún un mayor sentido cuando de negocios se trata. Por ejemplo, **cumplir con el desarrollo de un proyecto en los tiempos establecidos permite mantener una imagen de seriedad y compromiso organizacional, como a su vez evita sobrecostos por los gastos que se generan cuando se requiere tiempo adicional para llevar a término una obligación contractual**. Asimismo, el tiempo es tan valioso para usted como para su cliente o proveedor, por ello la importancia de organizar su agenda de manera que pueda cumplir con los compromisos de encuentros establecidos, para no estar brindando excusas, como: "Lo lamento, olvidé apuntarlo en la agenda".

Ahora, en varias ocasiones no sólo sirve tener organizadas las actividades que son de su propio control, sino

1- En Zoho Projects, un hito equivale a un grupo de tareas que son necesarias para el logro de una meta específica como la realización de un evento o la creación de una propuesta para una convocatoria.

que se requiere planear reuniones con personas de las que desconoce su disponibilidad de tiempo. Proponer un horario adecuado para todos se dificulta, y en el momento de convocar a citas, con casi certeza, habrá más de una cancelación por cruce con otra actividad. Lo mismo les sucede a otros miembros de su organización que requieren agendar espacios con usted para una reunión con un posible cliente o, para adelantar la presentación de un informe, pero desconocen sus tiempos libres.

Los anteriores son apenas un par de ejemplos, pero sin duda usted también tendrá otros en los que es posible evidenciar la importancia que tiene en los negocios el saber administrar el tiempo. Por ello y con el fin que de enseñarle una herramienta de utilidad en su día a día, a continuación se presenta la aplicación Google Calendar que en la línea del presente libro, como herramienta Web 2.0, le permitirá compartir información y colaborar con otros a través de Internet.

Google Calendar

Esta aplicación es una **agenda en línea que permite programar reuniones, eventos y en general actividades que requieren la asignación de un día y una hora para su realización**. Es una aplicación que no requiere instalación en el computador, y a la cual se puede acceder desde cualquier lugar con un computador y una conexión a Internet. Además, **permite compartir la agenda para que personas de su organización, puedan conocer la disponibilidad de tiempo que tiene, como a la vez usted pueda conocer las agendas y tiempos disponibles de otros miembros de la empresa**.

En primer lugar, al igual que en Google Docs, es necesario tener una cuenta en Google. Si ya la tiene sólo debe ir a www.google.com/calendar e ingresar su usuario y contraseña. En caso que deba abrir una cuenta, en esa misma página puede hacer su registro en Crear una cuenta.



Una vez ha realizado el acceso a Google Calendar, la primera acción que se le invita a ejecutar es la personalización de su cuenta, para establecer el idioma, el lugar de ubicación, el formato de fecha y la forma de visualización del calendario según su preferencia. Para ello deberá hacer clic en Configuración en la parte superior derecha de la pantalla.

fontopia76@yahoo.com | Sin conexión | Configuración | Ayuda | Salir

Seleccionadas las opciones respectivas, para que puedan quedar aplicados los cambios debe oprimir el botón Guardar ubicado en la parte inferior.

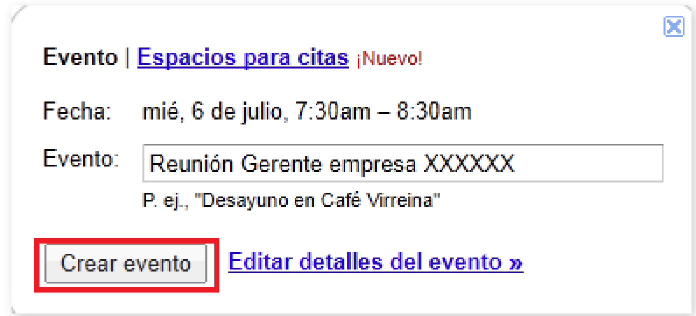


Finalizados los ajustes de las características generales del calendario, de paso a la programación de los compromisos o actividades. Para ello se debe seleccionar, en primer lugar el día, haciendo clic en uno de los días del calendario que se ubica en la parte izquierda de la pantalla. En caso que se requiera un mes distinto al que se muestra puede ir hacia adelante o atrás para ubicar el mes requerido.

julio de 2011

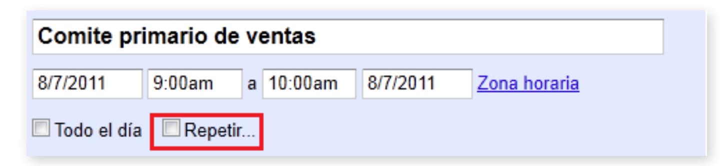
L	M	X	J	V	S	D
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

Ubicado el día en el mes seleccionado, se procede a agendar la actividad haciendo clic en la hora deseada. En ese momento se despliega una ventana, con una casilla para poner el nombre del evento. En este espacio puede registrar el titulo del compromiso. Por ejemplo: "Reunión con Gerente empresa xxxx", "Reunión con equipo de ventas", o "Socialización resultados de estrategia de marketing". **Una vez ingresado el titulo deseado proceda a oprimir "Crear evento" y en ese momento ya ha quedado programado el compromiso en el calendario**.

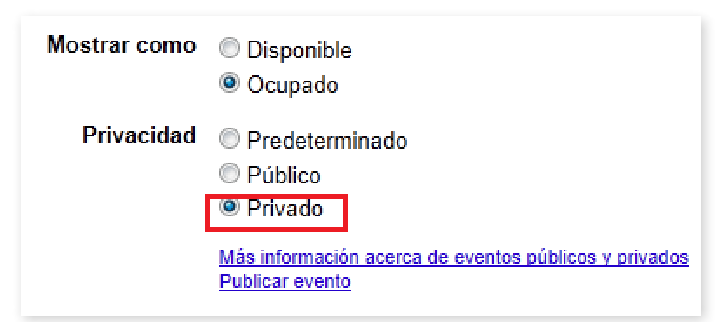


Ahora, para efectos de poder ingresar mayores detalles al evento como lugar, descripción, modificar la duración del mismo, establecer recordatorios, días o momentos previos al compromiso, y realizar la invitación a quienes deberán asistir, puede hacer clic sobre la casilla del evento programado. Para el caso que personas que le interese puedan conocer de la programación del evento, en la sección del costado derecho, "Añadir Invitados", puede introducir las direcciones de correo, separadas por coma, para que ellas puedan recibir la respectiva invitación. Cuando ha culminado el ingreso de correos oprimia el botón "Añadir". A las personas invitadas les llegará una notificación de la actividad en donde podrán confirmar la asistencia o no del evento y a usted le llegará la respectiva respuesta.

Si es una actividad que tiene una frecuencia determinada, como por ejemplo una reunión de ventas semanal o un comité de seguimiento de proyectos quincenal, puede dejar registrado el evento de forma periódica, marcando la opción "Repetir", en donde podrá ingresar los datos de periodicidad del evento.



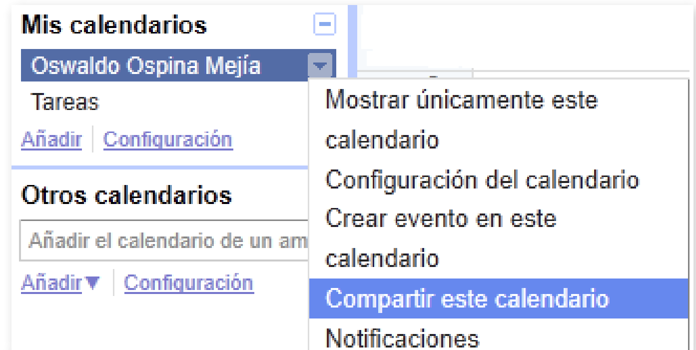
En el caso que no quiera hacer visibles a otras personas los detalles de algunos eventos cuando comparta su calendario, (función que será explicada más adelante) deberá marcar la casilla de "Privado" en las opciones de Privacidad de la parte inferior.



Con los anteriores pasos explicados podrá usted realizar la programación de los diferentes compromisos en el momento que lo desee. Ahora, si requiere ver los eventos que tiene para un determinado día, o si prefiere tener un panorama de todo un mes, o ver las actividades cronológicamente en forma de lista, puede oprimir la opción que necesite, en la sección ubicada en la parte superior derecha.



Como se mencionaba en la introducción de la herramienta, **una de las ventajas de Google Calendar al estar en línea es la posibilidad de compartir la información con otros**. Para utilizar esta opción, debe ir al costado izquierdo y hacer clic en la fecha que aparece al lado del nombre del calendario, en donde se desplegará un menú y en el cual podrá seleccionar "Compartir este calendario".



La primera opción que aparece de "Hacer público este calendario", en caso de ser una agenda de actividades que solo le interesa a usted o compañeros de trabajo, no es recomendable marcarla. Pero en caso de tratarse de un calendario de eventos o campañas promocionales de

su empresa que pueda interesarle al público en general, sí podría marcar esta casilla, de manera que pueda aparecer en los motores de búsqueda y ser de fácil consulta para cualquier persona. Esta opción del calendario se integra a otras herramientas de utilidad para su empresa como página Web, redes sociales, publicidad en línea, todas presentes a lo largo del presente libro.

Cuando se trata de un calendario de compromisos de trabajo y le interesaría que miembros de un proyecto que usted lidera o pertenece, puedan tener acceso al mismo, solo requiere introducir la dirección de correo de cada uno y asignarle el tipo de permiso con el que contará. En caso que quiera que la persona pueda también programar, editar eventos y compartir el calendario a nuevas personas, seleccione: "Realizar cambios y administrar el uso compartido". Cuando le interese que la persona pueda editar los detalles de los eventos más no la posibilidad de compartir el calendario: "Realizar cambios en eventos". En el caso que no le interese que edite los eventos, mas si que conozca los detalles de los mismos, la opción es "Consultar todos los detalles del evento". Pero si sólo le interesa que conozca los tiempos en que está ocupado y libre más no los detalles de los compromisos la opción es "Ver solo libre/ocupado (ocultar detalles)".

Configuración de permisos

Ver solo libre/ocupado (ocultar detalles) ▾ Añadir persona

Cuando ya ha ingresado las direcciones de correo de las personas con quien compartirá el calendario, así como los respectivos permisos, puede hacer clic en Guardar. En caso que no sean correos de Gmail las direcciones de sus contactos, en el mensaje que les llegará aparecerá la invitación para que puedan crear una cuenta y utilizar las opciones de Google Calendar.

En el caso que ahora lo que desea es que usted pueda tener acceso a los calendarios de los demás integrantes del proyecto, podrá hacerlo mediante dos opciones. La primera es en la sección de otros calendarios y en el campo disponible introducir la dirección de correo electrónico de Gmail de su contacto. La segunda opción es solicitarle a sus contactos que realicen el procedimiento descrito anteriormente, bajo la opción de Compartir este calendario, en donde deberán incorporar su cuenta de correo de Gmail.

Las opciones de compartir son las de mayor utilidad de esta herramienta para trabajar colaborativamente, dado que permite que un equipo de trabajo pueda conocer las diferentes agendas de sus integrantes y de este modo poder ubicar los mejores momentos para adelantar determinadas actividades, como por ejemplo: capacitaciones, reuniones de seguimiento de proyectos o ventas, encuentros de planeación, entre otros. De este modo, pueden organizarse tanto actividades que pueden involucrar a todos los miembros de la empresa o proyecto, o pueden

coordinarse los tiempos entre algunos integrantes para sacar adelante una determinada tarea o informe.

Es posible tener cuantos calendarios se necesiten bajo una misma cuenta, lo cual dependerá de los requerimientos de organización del tiempo de los proyectos o cantidad de compromisos que demanda determinados clientes. Asimismo, podrá crear un calendario para administrar sus actividades personales. Igualmente si lo desea y le es funcional, podrá crear un solo calendario en donde puede agrupar los diferentes proyectos y eventos de su empresa como también los de carácter personal, la decisión ya dependerá de sus necesidades y gustos.

Si quiere profundizar en este tema se recomienda haga uso de este tutorial en línea:

- **http://didacticatic.educacontic.es/sites/default/files/tree/166/es/ver/index.html**

o acceda a la guía sobre Google Calendar en

- **http://www.google.com/intl/es/googlecalendar/about.html**

La oficina aquí, allá, en todas partes

Las herramientas de colaboración ilustradas son una muestra de cómo la oficina de hoy se descentralizó. Ya no se requiere tener programas en un determinado computador que se ubica en un específico lugar físico. Puede usted tener sencillamente un portátil, sin software instalado y con solo una conexión a Internet, para que desde cualquier lugar del mundo, pueda trabajar coordinadamente con los demás miembros de su empresa. Puede estar aun usted sin su propio computador y accediendo desde un Centro de acceso público a Internet, Telecentro[2] o desde un Café Internet, a los documentos de su empresa y monitorear los avances de las actividades de un proyecto. **Su empresa, su oficina, puede operar también en "la nube", puede ser virtual**.



Image: digitalart / FreeDigitalPhotos.net

Las mayores ventajas de esta oficina virtual y las cuales se han resaltado en este capítulo, son las relacionadas con las posibilidades de colaboración y creación colectiva que potencian la productividad en el ámbito empresarial. Aprovechar las ideas de un equipo mediante

2- "Los telecentros son lugares de encuentro, aprendizaje y comunicación donde se ofrecen las TIC como medios para mejorar las condiciones de vida de las comunidades." Ver Red Nacional de Telecentros en: http://www.telecentros.org.co/index.shtml

los aportes que puedan hacer en la construcción de una propuesta o plan, mejorar los tiempos de elaboración de documentos o presupuestos, y coordinar de forma eficiente encuentros, compromisos y actividades entre miembros de la empresa, son alguno de los resultados que se pueden obtener.

Como las herramientas ilustradas, existen igualmente otras con similares funcionalidades y que puede usted explorar y finalmente elegir, de acuerdo a la que le parezca la más apropiada para su negocio o sencillamente porque es la que más le gusta y le hace sentir cómodo. Lo importante es que cualquiera que sea la herramienta, **no dilate más su entrada al mundo de la oficina virtual, del compartir, colaborar y crear colectivamente. Sin duda si usted no lo hace su competencia ya desde hace un tiempo lo está haciendo. Está en sus manos**.

>Redes sociales: ¿Sólo para cotorrear?

05

Lucy Nohemy Medina Velandia · Rafael Orduz Medina

¿Qué son las redes sociales?

El mundo se ha hecho más pequeño y está al alcance de cualquier individuo y de cualquier pequeña empresa gracias, entre otros aspectos, a las redes sociales que se pueden organizar alrededor de Internet. Facebook, una de las más populares[1], tiene cerca de 550 millones de usuarios. Si este número se equiparara a los habitantes de una nación, esta red equivaldría al tercer país del mundo, después de China e India.



Image: digitalart / FreeDigitalPhotos.net

Una red social, también llamada comunidad virtual, es una aplicación Web que permite a un conjunto de personas conectarse a través de medios electrónicos, bien sea para compartir intereses, actividades, gustos, conocer gente o realizar negocios, entre muchas actividades posibles.

Desde luego, las redes sociales no son nuevas, han existido desde la prehistoria, pese a que hoy se haga alusión a ellas como una novedad. Son tan antiguas como lo es la gestión de la información, ejecutada de acuerdo con el estado de la tecnología en cada momento histórico. **El ser humano siempre ha tenido que producir, transmitir, presentar y almacenar información, eslabones básicos de la gestión de la información, en función de su organización social**.

Piénse, por ejemplo, en las condiciones de vida de los seres humanos, sometidas a cambios con el advenimiento de la Edad de los Metales. La sociedad, organizada hasta entonces a partir de clanes y tribus de carácter nómada, ve surgir las primeras formas de división del trabajo a partir del género y la edad. Nacen las obligaciones de los hombres, consistentes en pescar y cazar; las de las mujeres, preparar alimentos, cuidar los enfermos y los niños. Todas son formas de redes sociales históricamente determinadas.

Las formas antiguas de organización por clanes y tribus guardan alguna similitud con respecto a

1- Además de Facebook, algunas redes relevantes son Youtube, Twitter, Myspace, Linkedin, Vkontakte, Orkut, Hi5, Ning, Tagged, Badoo.

lo que hoy ocurre en nuestro medio. La diferencia radica en que los vínculos de las redes sociales de hoy se establecen por medios electrónicos, con base en los cambios profundos introducidos en la era de Internet. Siguen prevaleciendo los intereses de los grupos, bien sea por ideologías, actividades, gustos, necesidades, o intereses económicos. El principal contraste entre las redes de entonces y las de hoy consiste en el alcance global de las actuales, que supera los obstáculos geográficos y culturales a partir de plataformas de comunicación que tienden a unificar y universalizar los códigos de intercambio de información.

Desde finales de los años 90 del siglo pasado las redes sociales han venido tomando fuerza y, con innovaciones recientes del tipo Facebook, constituyen en 2011 un fenómeno sin antecedentes históricos de aglutinamiento de multitudes, con la característica de que cada individuo, comunidad, organización o empresa en las redes, tiene la posibilidad de expresar y compartir sus intereses con quienes lo deseen y, lo más importante, incidir en la transformación de su entorno.

La gran aceptación que han tenido las redes sociales por los diferentes sectores e individuos de la sociedad ha hecho que se piense en ellas como un virus, el cual se "prende" a un individuo, quien lo trasmite a varios, y éstos a muchos y, sucesivamente, a millones.



Image: renjith krishnan
FreeDigitalPhotos.net

Piense cada vez que ingrese en una red social, en la famosa teoría de los seis grados, que siempre lo perseguirá. Esta teoría fue creada por el húngaro Frigyes Karinthy en 1929 y consiste en que usted puede estar en comunicación con otra persona de cualquier parte del mundo a solo seis contactos de diferencia. Esta teoría es la que coloquialmente cabe en la expresión "el mundo es un pañuelo". Las redes sociales han achicado el mundo.

El empresario lector intuirá que las redes sociales pueden jugar un papel primordial en la gestión de su empresa y la búsqueda de mercados inimaginables.

Las redes sociales y las Pymes[2]

Las pequeñas y medianas empresas – Pymes – son altas generadoras de empleo y juegan un papel básico en la producción de bienes y servicios en la economía mundial. Sirven mercados internos e internacionales y, con frecuencia, forman parte de cadenas globales de

2- Las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) son aquellas unidades productivas que tienen características específicas en cuanto a sus límites ocupacionales y financieros, de acuerdo con definiciones originadas en el estado o región en que se encuentren.

suministro. **Las redes sociales se pueden convertir en una poderosa herramienta en la gestión de las Pymes**.



En forma esquemática, las Pymes se relacionan con una red de suministro que las proveen de insumos (materias primas, servicios varios), por un lado; por otro, con el mundo de los clientes, que pueden ser otras empresas (u organizaciones privadas o públicas) o los consumidores finales, dentro y fuera del país de origen.

En cuanto a los procesos internos, la gestión de las Pymes se asocia con la producción de los respectivos bienes o servicios, la administración y uso de la tecnología (sea formal o informalmente adquirida) y la administración de diversos procesos (incluyendo los financieros y contables). En cualquiera de los niveles mencionados, la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC – y, particularmente, el uso de las redes sociales, puede tener gran impacto en la productividad y competitividad de la empresa.

¿Por qué no comprar insumos a los mejores y más baratos proveedores? ¿Por qué no colocar los bienes y servicios en nichos que antes parecían remotos desde el punto de vista geográfico? ¿Por qué no realizar alianzas para participar en cadenas globales? ¿Por qué no ser empresarios exportadores? ¿Por qué no estar al día en tecnología, en las mejores prácticas de mercadeo?

En el medio empresarial, las redes sociales tienen múltiples y valiosas posibilidades de aplicación para las Pymes.

Fuentes Imágenes:
Image: Simon Howden / FreeDigitalPhotos.net
Image: Kittikun Atsawintarangkul / FreeDigitalPhotos.net
Image: Pixomar / FreeDigitalPhotos.net
Image: Suat Eman / FreeDigitalPhotos.net
Image: Dino De Luca / FreeDigitalPhotos.net

- De cara al mercado de clientes:
  - Establecer vínculos entre y con los clientes, sean estos actuales o potenciales, dentro de un campo de negocio.
  - Gestionar las estrategias de marketing al lado de la página Web, los blogs y otras herramientas.
  - Aplicar estrategias de mercadeo de nichos.

- Frente a la competencia:
  - Acceder a la información de la competencia e indagar sobre sus mejores prácticas.
  - Contar con elementos de vigilancia tecnológica (nuevos desarrollos, disponibilidad de los mismos).

- Búsqueda de aliados empresariales:
  - Conocer aliados empresariales dentro de la cadena de producción (proveedores, competidores con los que se podrían complementar ofertas, distribuidores…), dentro y fuera del país o la región.

- Localización de recursos humanos:
  - Contactar los profesionales más idóneos para la gestión de los negocios o para la ejecución de alianzas.

- Comunicación interna
  - Articulación de trabajo interno entre los empleados de la empresa.

Conectarse, colaborar, competir: tres claves que el uso de las redes sociales pueden contribuir a potenciar. En la medida en que el mundo es más pequeño en virtud del desarrollo de las TIC, el uso de las redes sociales es un imperativo que permite hacer realidad aquello de "el mundo es un pañuelo".

Algunas redes que las empresas pueden utilizar

Las redes sociales, de tipo general y específico, pueden convertirse en una poderosa herramienta para satisfacer múltiples necesidades empresariales en diversos campos: el mercadeo[3], la vigilancia tecnológica, las opiniones de los clientes reales y potenciales, el conocimiento de la competencia, entre otras. Las redes sociales están atrayendo cada día más empresas. En pocos años, se prevée, las redes sociales sustituirán el uso del correo electrónico como medio de comunicación empresarial[4].


Image: sheelamohan FreeDigitalPhotos.net

A continuación se ofrece información básica acerca de algunas de las redes a las que las Pymes pueden acceder de forma sencilla: descripción general, ámbitos empresariales y alcances, ejemplos de uso exitoso y sugerencias acerca de la manera de vincularse a las redes.

3- Véase Capítulo 7 de la presente obra, "Publicidad en línea…no te quedes en lo físico".
4- Según Gartner, el 20% de los usuarios en 2014 provendrá de las empresas y los usuarios utilizarán las redes sociales como medio de comunicación que relegará al correo electrónico (http://www.iworld.com.mx/iw_news_read.asp?iwid=7286)



Facebook

Descripción general

- Se ha convertido en la red social de mayor número de miembros en el mundo. Disponible en más de 70 idiomas y con más de 500 millones de individuos y grupos con cuenta en ella[5]. Aunque existe la percepción de que el "cotorreo" entre grupos y personas es la actividad dominante, se trata de un espacio de enorme potencialidad para las empresas.
- El usuario promedio crea 90 piezas de contenido cada mes incluyendo vínculos a páginas Web y blogs, noticias, fotos, música, videos[6].
- Se comparten más de 30 mil millones de piezas de contenido cada mes.
- Cada usuario tiene en promedio 130 amigos; al menos la mitad de los usuarios accede a la red en un día cualquiera.
- Más de un millón de páginas Web se han integrado a la plataforma.
- Los jóvenes son los usuarios predominantes en Facebook.
- Países como Colombia y otros latinoamericanos tienen un considerable número de usuarios.

Campos empresariales de aplicación

- Mercadeo. Las redes sociales están transformando la gestión publicitaria y de mercadeo de las empresas al permitir que éstas mismas emprendan sus campañas. El mercadeo actual se orienta a nichos específicos (mercadeo "viral") y Facebook se presenta como un poderoso medio que complementa y refuerza la propia página Web de la empresa. Puede utilizar un conjunto de herramientas que se apoyan unas a otras tras el objetivo, tal y como se puede ver más en detalle en el capítulo 7 "Publicidad en línea… no te quedes en lo físico", para dar a conocer la marca y los productos o servicios: blogs, página Web, Twitter, Youtube, mercadeo por correo electrónico y métodos tradicionales, hacen todos parte del menú hoy presente.
- Comunicación con los propios empleados. Las Pymes cuentan con un amplio espectro de escalas en cuanto al tamaño de empleados y personas vinculadas. Construcción de red de contactos.
- Aprendizaje de las mejores prácticas. Facebook es un medio de observación de modos de hacer mercadeo por parte de la competencia y de las empresas en general, que puede ser de utilidad a la hora de aprender mejores prácticas.
- Asociación con otras empresas. El mercado de exportaciones exige con frecuencia volúmenes que una sola empresa pequeña no puede servir. La vinculación de varias empresas formando consorcios temporales o permanentes, es una respuesta a las exigencias del mercado.
- Vinculación a cadenas globales. En cualquier campo de la producción de bienes y servicios, las Pymes son eslabones de cadenas en las que se incluyen proveedores, empresas clientes, distribuidores y clientes consumidores. Tales cadenas son, con frecuencia, internacionales.

5- Facebook fue creada por un estudiante de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg. En menos de dos años, entre julio de 2009 y diciembre de 2.010, duplicó el número de usuarios.
6- Tomado de Facebook Statistics, http://www.facebook.com/press/info.php?statistics

Facebook puede contribuir al conocimiento de tales cadenas de manera que la empresa pueda localizar nichos en los que pueda participar exportando.

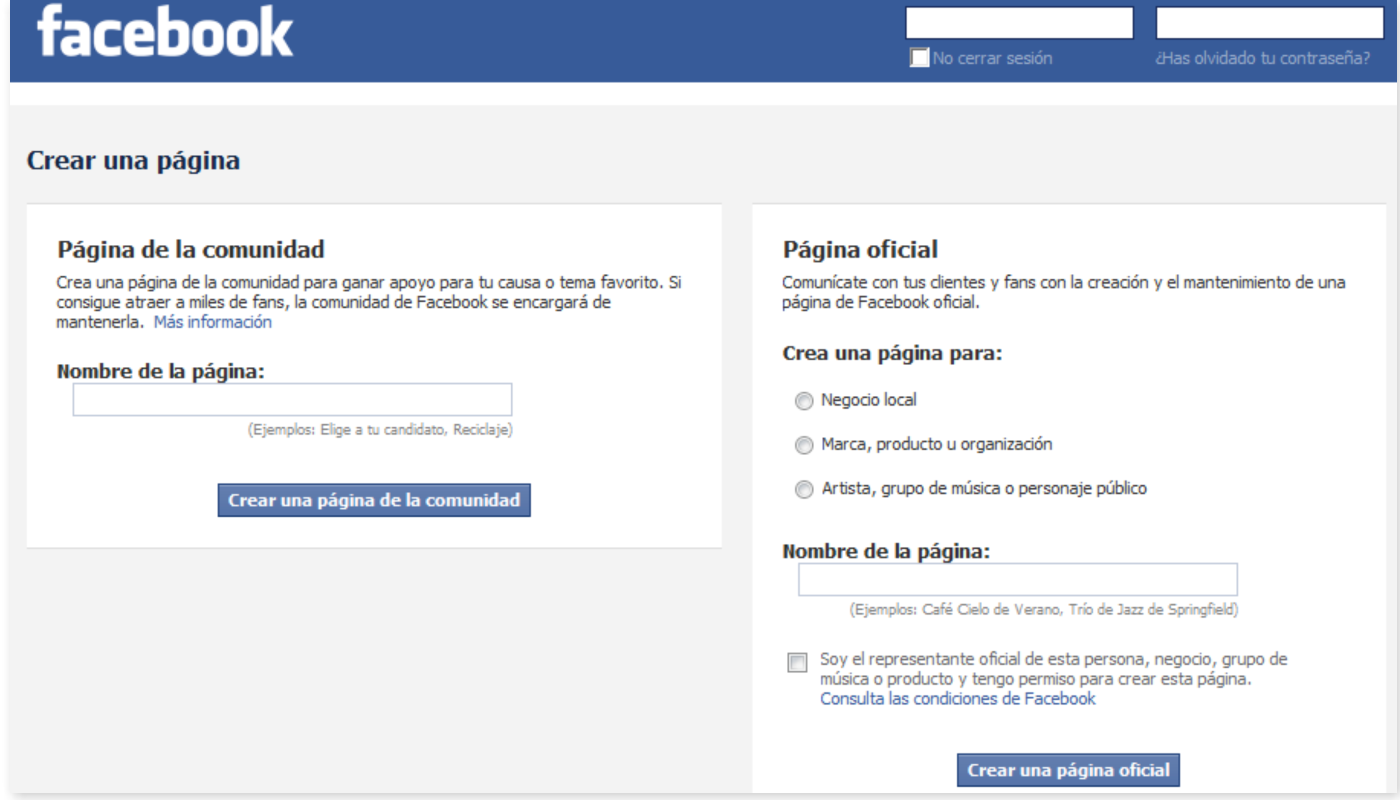
¿Cómo crear páginas empresariales en Facebook?

Si usted habla inglés, vea el video de Youtube http://www.youtube.com/watch?v=qOD8_0hh9bc; si desea ver información en español, vea http://www.youtube.com/watch?v=mcKUDy1X7-Q.

- Lo primero: hay que saber que en Facebook hay tres categorías: cuentas personales, grupos y páginas. Las cuentas personales son para individuos y las páginas corresponden a empresas. Vaya a www.facebook.com.



- En el último renglón, haga click en "Create a Page…" y llegará a:



- Allí cuenta con tres opciones (“Negocio local”, “Marca…,” y “Artista…”)
- Escoja una categoría (por ejemplo, “negocio local”).
- De un nombre a la página (Importante: una vez se haya puesto el nombre no se puede cambiar, a menos que inscriba otra página).
- Siga los pasos de validación, al cabo de los cuales contará con su página empresarial en Facebook.

Ejemplos de usos exitosos

- Aunque el presente libro está dirigido a las Pymes es útil examinar cómo utilizan Facebook compañías como Coca-Cola, Starbucks, Adidas, Red Bull y Pringles. Todas tienen en común su página de amigos ("fan page"), en la que aparece la marca respectiva tal como se la conoce, aunque con el propósito de promover la participación de los usuarios. Coca-Cola (http://www.facebook.com/cocacola?v=info), por ejemplo, a partir de información muy sencilla de su marca (la botella tradicional) y de campañas de mercadeo (por ejemplo, la vinculada al Mundial de Fútbol 2010 en Suráfrica), cuenta con cerca de 20 millones de personas a las que les gusta la empresa.

- 50 ejemplos de compañías que realizan campañas exitosas en Facebook se encuentran en el sitio Web The Big Money facebook 50, disponible en http://www.thebigmoney.com/slideshow/big-money-facebook-50-0. Se incluyen marcas como Calvin Klein, Taco Bell, Zara, Gatorade, Audi, Harley-Davidson, Vogue y otras, cuyas campañas son ilustrativas.

- Las pequeñas empresas también tienen su lugar en Facebook, y suele ser el complemento ideal del sitio Web, ilustrado en el capítulo 3 "Páginas Web simples y… menos simples". Entre miles de ejemplos véanse, por ejemplo:

  - Arnedo Calzado, empresa española de calzado
  Facebook:http://www.facebook.com/pages/Arnedo-Calzado/133249616685483#!/pages/Arnedo-Calzado/133249616685483?v=wall;
  Página Web: http://www.arnedocalzado.es/

  - Amerikua Artesanías, empresa colombiana comercializadora de artesanías (manillas, pulseras, bolsos, collares, mochilas).
  Facebook:http://www.facebook.com/pages/AMERIKUA-ARTESANIAS/67415836533#!/pages/AMERIKUA-ARTESANIAS/67415836533?v=info;
  Página Web: http://www.amerikuartesanias.es.tl/



Descripción general

- Es una red profesional orientada a los negocios que en 2011 completa ocho años de haber sido creada. Es apropiada para los contactos profesionales y empresariales. Sus oficinas están en Mountain View, California (EEUU).
- Tiene más de 85 millones de miembros, procedentes de más de 200 países. La información de linkedin está disponible en varios idiomas (inglés, español, alemán, francés, portugués e italiano).
- El empresario puede suscribirse a Linkedin estableciendo un perfil que sintetiza sus logros profesionales y empresariales, base para participar en redes de contactos por la vía de:
  - Localizar clientes potenciales, profesionales especiali-

zados, proveedores de servicios.
- Buscar y encontrar aliados.
- Participar en grupos de discusión relacionados con la naturaleza del negocio.
- Usted puede recomendar y ser recomendado.

Para ver los usos empresariales de Linkedin se recomiendo ver el video "Las redes profesionales: Linkedin": http://www.youtube.com/watch?v=CR4krjpayO8&playnext=1&list=PLBC75CFDD506C280F&index=51

¿Cómo ingresar a Linkedin?

- Es muy fácil. Abra http://www.linkedin.com/.

Únete a LinkedIn hoy mismo

Nombre:

Apellidos:

Correo electrónico:

Contraseña:

6 o más caracteres

Únete ahora *

¿Ya eres usuario de LinkedIn? Ingresa.

YouTube Youtube

Datos generales

- Youtube completa seis años de existencia en 2011. Puede considerarse como una red social. En octubre de 2009 tenía 1000 millones de vistas diarias. Sólo siete meses después, en mayo de 2010, ese número se había duplicado (2 mil millones de visitas).
- En 2006 fue adquirido por Google.
- Los usuarios pueden producir sus videos y subirlos al portal de Youtube.
- La utilidad para las empresas es obvia: mercadeo de sus bienes y servicios a un costo reducido. La clave consiste en no pretender realizar videos "profesionales"; se pueden realizar de manera doméstica.
- Tutoriales útiles se encuentran, entre muchos, en: "5 Tips Sobre Como Hacer Videos De Tu Negocio y Subirlos a Youtube por Chema Barboza" http://www.youtube.com/watch?v=kdj9IRxKmUM&feature=related "Cómo hacer tu propio video y subirlo a Youtube" http://www.youtube.com/watch?v=j_gA2OGgxPg&feature=related y "Cómo crear un video para Youtube" http://www.youtube.com/watch?v=uAxgb6lyAc8
  Consejos para promover los negocios en Youtube se encuentran en: http://www.youtube.com/watch?v=apyewmDOtEs

Hay muchas redes sociales y profesionales que los pequeños empresarios pueden utilizar. Los

tutoriales y videos para orientarlos se encuentran de manera fácil, sencilla y gratuita.

Es importante resaltar que además de las tres redes reseñadas en el presente capítulo, existen otras como Myspace, Vkontakte, Orkut, Hi5, Ning, Tagged, Badoo, Slideshare, de múltiples usos. Acerca de algunas de ellas se presenta, para concluir, una información general de utilidad.

Nombre de la red	Descripción general	Aplicaciones posibles para empresarios
My Space http://www.myspace.com/	Red social muy popular (creada en 2003) en la que interactúan individuos y grupos compartiendo diversas formas de contenido. Similar a Facebook. Aproximadamente 125 millones de usuarios (Abril 2011, http://trends.builtwith.com/cms/MySpace) Los usuarios pueden tener sus perfiles y compartir allí los contenidos que crean.	Red ideal para realizar mercadeo mediante herramientas de diseño ofrecidas por MySpace. Las empresas pueden crear su sitio en MySpace, que redundará en visitas al sitio web de la compañía. Puede utilizarse Anuncios de MySpace como herramienta de publicidad en línea. La comunidad de amigos pude ajustarse al perfil de clientes que la compañía busca servir.
VKontakte http://vk.com/	Red social creada en Rusia, (en 20 idiomas, incluyendo español), creada en 2006 y con más de 100 millones de usuarios al finalizar 2010. Permite personalizar las páginas de los suscriptores e incorporar formatos diversos de información (fotos, videos). Audiencias de individuos y compañías.	Red social que ha crecido atrayendo empresas que la utilizan como medio de mercadeo en línea. De gran utilidad para mercados asociados a la Comunidad de Estados Independientes (antigua Unión Soviética) y Europa central.
Badoo http://www.badoob.com/	De origen ruso (2006) , la red social Badoo se administra desde Londres (Reino Unido). Más de 100 millones de usuarios, que intercambian videos, imágenes y textos.	Red social con una sección exclusiva para empresas con fines de mercadeo. Complementa campañas de difusión, búsqueda de contactos y fidelización de clientes.
Orkut http://vk.com/	Red social del grupo Google, creada en 2004, con las potencialidades del los servicios Google. En la actualidad Brasil e India representan cerca del 90% del total de visitas. Permite, a través de los perfiles, crear comunidades y grupos.	Útil para mercadeo y localización de contactos comerciales. Adecuada para localizar mercados u aliados diversos en Brasil e India, especialmente.

Bibliografía:

- Analitics 2.0. (2008). Radiografía del mercado hispano de redes sociales. Disponible en www.analytics20.org/es/

- Anuncios Google. (2010). Las 10 redes más importantes. Disponible en http://www.10puntos.com/10-redes-sociales-mas-importantes/

- Del Brutto López, Bibiana Apolonia, 2001, "¿Cómo puede ser internet una herramienta para el desarrollo social? Disponible en el ARCHIVO del Observatorio para la CiberSociedad. Disponible en http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=13

- Gargiulo Leonardo. (2010). El Impacto de las redes sociales en el trabajo. Disponible en http://www.leonardogargiulo.com/2010/06/27/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-trabajo/

- Larissa Adler Lomnitz. Revista hispana para el análisis de redes sociales. Vol.3,#2, sept-nov. 2002. Disponible en http://revista-redes.rediris.es

- Ugarte, D. (2009). El poder de las redes.

- Zaniuk Brenda. (2010). No pierdes el tiempo en Facebook, "mejoras la productividad". Disponible en http://www.buscarempleo.es/internet-empleo/no-pierdes-el-tiempo-en-facebook-mejoras-la-productividad.html

- Anuncios Google. (2010). Las 10 redes más importantes. Disponible en http://www.10puntos.com/10-redes-sociales-mas-importantes/

>Presentaciones para comunicar: la ventana para vender más y mejor.

Laura Ayala · Mayerly Rodríguez

06

Una de las ventajas de la Web 2.0 que mayores beneficios trae a los empresarios es el acercamiento a la relación con sus colegas, proveedores, pero sobre todo el puente que se puede establecer con sus clientes directos y potenciales.

La comunicación con los clientes debe dejar de ser un mito. Las redes, los blogs y la interacción no solo están a disposición de las grandes empresas o multinacionales. Usted puede contar con clientes, seguidores y fans en la red e impactar con sus presentaciones, aun siendo un pequeño o mediano empresario. La gran pregunta es, ¿cómo hacerlo?

Este capítulo está encaminado a que cualquier empresario aprenda a desarrollar presentaciones con contenido multimedia, adquiriendo conocimiento en herramientas que potencian la creatividad audiovisual, usando videos, imágenes y animaciones, para vender a través de ellas, logrando impactar a un mayor número de usuarios.

Estas presentaciones pueden ser usadas en procesos internos y externos. En el funcionamiento de cualquier empresa, los informes, presentaciones y estrategias producidas, definitivamente deben ser presentadas de forma llamativa e innovadora, ¿Por qué? **Muy fácil, si usted adquiere la capacidad de vender ideas, empezando por sus colaboradores inmediatos, es decir sus empleados, logrando un grado de motivación tal, que cada uno de ellos se empodere y haga efectivas y productivas aquellas ideas y estrategias planteadas por usted, claramente serán traducidas en ventas y ganancias para su empresa**.

Ahora bien, ¿por qué usar presentaciones de este tipo con sus clientes? **La clave está en qué tan innovador muestra su producto o su portafolio de servicios**. Piense en la importancia de la primera impresión cuando va un restaurante con su familia. Si la mesa en la que usted va a comer no está impecable dudo que



Image: Danilo Rizzuti / FreeDigitalPhotos.net

coma con confianza, es más, dudo que permanezca en dicho restaurante. De igual manera, así su producto sea el mejor del mercado, si no cuenta con presentaciones que impacten y vendan por sí solas, corre el riesgo de perder un alto porcentaje de compradores y oportunidades de negocio.

Entonces, ¿por qué no transformar aquellas presentaciones convencionales de diapositivas en las que ni usted mismo se siente cómodo en producir, en presentaciones y producciones gráficas de alta calidad, con contenido multimedia?

El secreto no está en ser el "Adán" de las presentaciones, no tiene que inventar nada, no tiene que ser el primero en insertar un video o un PDF de referencia en una presentación. Más bien eche mano de esa biblioteca con millones de recursos que está disponible para usted de forma gratuita y de fácil acceso: Internet. La Web 2.0 se basa en la contribución, en el trabajo en equipo y en el enriquecimiento de contenidos con la colaboración de miles de usuarios de la red. Obviamente con todos los reconocimientos de autoría; pretendemos ser innovadores y recursivos, sin quitar el mérito de aquellos valiosos colaboradores de la red.

¿Por qué es importante para un empresario aprender a desarrollar presentaciones innovadoras?

Optimizando el tiempo y los recursos

El tiempo, elemento preciado y que seguramente siente faltarle frecuentemente para realizar sus tareas, puede ser maximizado al usar herramientas dispuestas en la nube.

Las presentaciones y portafolios hacen parte de ese conjunto de tareas que puede desempeñar desde cualquier lugar y en el momento en que lo necesite. Sólo dé una mirada al pasado y recuerde qué tan complicado ha sido para usted el poder desarrollar una presentación de diapositivas, es más, ¿recuerda los acetatos y los proyectores de acetatos? ¿Cuántas personas intervenían en el desarrollo de dicha presentación? ¿Cuánto tiempo le tomaba compilar la información para el desarrollo, la edición de imágenes y el desarrollo de las mismas? Eso, sin contar con las dificultades que se pueden presentar en el momento de abrir una presentación y que se encuentre en una versión diferente o anterior a la que usted utilizó.


Image: digitalart
FreeDigitalPhotos.net

Pues **este es el momento de abrirle las puertas a un mundo lleno de soluciones, a toda una galería de recursos que podrá encontrar en la Web para desarrollar sus presentaciones, editar imágenes, videos y así obtener, de manera efectiva la forma de descentralizar el manejo de la información, ser creativo y minimizar gastos al no tener que pagar licencias costosas**.

Descentralizando el manejo de la información = generando autonomía

Otra de las ventajas que ha traído la Web 2.0 es la posibilidad de maximizar el trabajo colaborativo y en equipo, tal y como se puede observar en el capítulo 4 "Ahora la oficina es virtual. Colaboración, comunicación y productividad a tráves de Internet". Es así como una presentación puede estar en la nube y varios colaboradores tienen la oportunidad de editarla de forma simultánea, eliminando versiones innecesarias alojadas en diferentes computadores.

No dependa de los cambios que alguien debe hacer a un archivo o de la aprobación de contenidos para continuar con el desarrollo de proyectos.

Aprender, escuchar, mercadear, vender…

La facilidad para compartir contenidos de la Web 2.0 abre una puerta importante para comunicarse con sus clientes, su portafolio de servicios puede ser compartido directamente por Facebook, insertado en su blog, página Web o simplemente enviado a través de un correo masivo.

Aproveche y empápese de sencillas y prácticas herramientas que le permitirán tener autonomía; es el tiempo de aprender, escuchar al mercado y desarrollar ideas de forma concisa. No se limite, la Web 2.0 le ofrece un sin número de herramientas que le permitirán llevar su empresa al "aire" y proyectar la imagen que siempre ha querido mostrar.

¡Pues, manos a la obra! Llegó la hora de desarrollar sus presentaciones, portafolios en línea, promocionar su marca de una forma innovadora y lo mejor de todo, de forma gratuita.

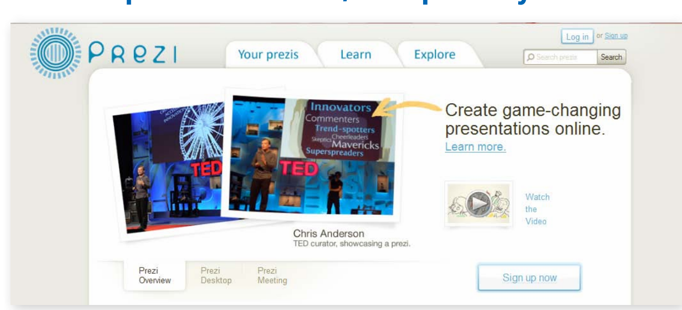
A continuación, se realizará una descripción de algunas herramientas útiles, gratuitas y en línea, con las cuales puede dar sus primeros pasos en la creación de presentaciones innovadoras usando herramientas Web 2.0. No se pretende que se quede con una, más bien dese la oportunidad de explorar el mayor número de ellas y definir cuáles pueden ser útiles para su modelo de negocio.

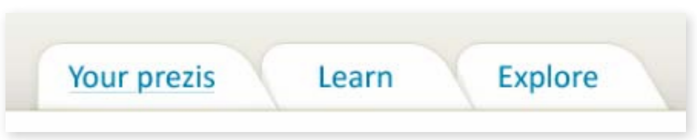
Prezi

Prezi es una herramienta online para crear presentaciones en línea con un alto componente multimedial (videos, pdf e imágenes). Dichas presentaciones se caracterizan por no estar agrupadas en diapositivas, sino que se basa en un lienzo que contiene todas las ideas que se desean presentar y mediante las herramientas incluidas (especialmente la de zoom) se podrá navegar a través de la información consignada.

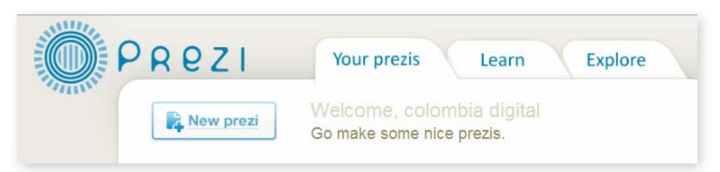
Para ingresar al servicio es necesario registrarse en www.prezi.com. El proceso se puede hacer con cualquier correo electrónico y en pocos minutos. Usted puede elegir entre los tres tipos de cuenta: Public, Enjoy y Pro. Cada una con una capacidad de almacenamiento y número de descargas disponibles.

En este caso se trabajará con la cuenta **"Public"**, que es gratuita y tiene una capacidad de 100 MB de almacenamiento y tres descargas de presentaciones offline. **Esta cuenta es suficiente para que usted aprenda la herramienta y vea la aplicación a su modelo de negocio. Sin embargo, las demás opciones cuentan con precios anuales, aunque muy cómodos**.

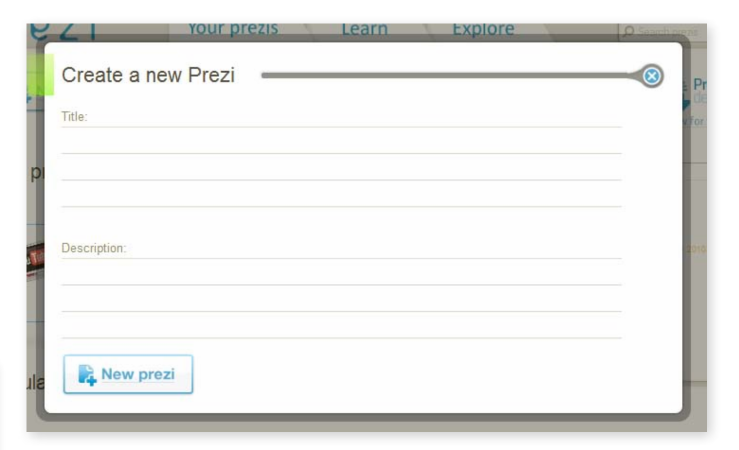




Para empezar a desarrollar una presentación debe ubicarse en la pestaña "Your Prezis", hacer clic en "New prezi".



Se abrirá una ventana emergente con la información básica de su presentación: Título y descripción, la cual debe ser diligenciada seguida de un clic en la parte inferior "New prezi".



Automáticamente se abre una nueva ventana con el programa de edición de presentaciones.

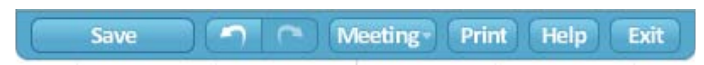


Dicha ventana cuenta con cuatro espacios que a continuación serán descritos:

Herramientas de edición:



SHOW: Ver presentación en vivo.
COLORS: Cambio de plantilla.
PATH: Asigna rutas, orden de navegación.
FRAME: Recuadros para destacar información
INSERT: Insertar imágenes, video o pdf.
WRITE: insertar/editar texto.



SAVE: Guardar última versión.
DESHACER: Volver al paso anterior.
REHACER: Re hacer el paso anterior.
MEETING: Compartir presentación con otros usuarios.
PRINT: Imprimir presentación.
HELP: Ayuda del programa.
EXIT: Salir de la presentación actual.

CASA: Ver toda el área de trabajo con elementos construidos
LUPA +: Acercarse a un elemento
LUPA -: Alejarse del espacio de trabajo.

Click anywhere & add an idea

ÁREA DE TRABAJO: Zona para insertar información

A continuación se sugiere cuatro videos tutoriales en español desarrollados por la Corporación Colombia Digital –CCD– los cuales le permitirán apropiarse de la herramienta:

▶ PREZI Parte I
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/4/Ji_FfRZE1Zo
▶ PREZI Parte II
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/23/KAqlQTt9AA4
▶ PREZI Parte III
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/22/4PjCosBXXOM
▶ PREZI Parte IV
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/6/FBHZfRenJFE

Otras herramientas para crear presentaciones

Existen muchas otras herramientas interesantes que puede adoptar dependiendo de su modelo de negocio, lo más importante es que destine el tiempo para explorarlas y tenga en cuenta la importancia de la adición de componentes multimedia como imágenes, videos y documentos que enriquezcan sus contenidos.

Por ejemplo, si usted quiere continuar con el esquema de diapositivas puede usar 280 Slides http://280slides.com, herramienta en línea con muchas funcionalidades y lo mejor de todo es que es gratuita. Permite publicarlas en línea o descargarlas en versión Power point.

Ahora, si quiere continuar con la onda innovadora use Ahead http://ahead.com otra atractiva herramienta para construir contenidos interactivos; le permite publicarlos y compartirlos libremente en un formato creativo.

Complementos para sus presentaciones: videos e imágenes que impactan

Uno de los componentes multimedia que pueden reforzar de una manera significativa sus presentaciones, ideas y contenidos son los videos e imágenes. Pero ¿cómo ha-

cer para editarlos, cortarlos o producirlos, sin tener que pagar a un editor profesional de videos o imágenes?

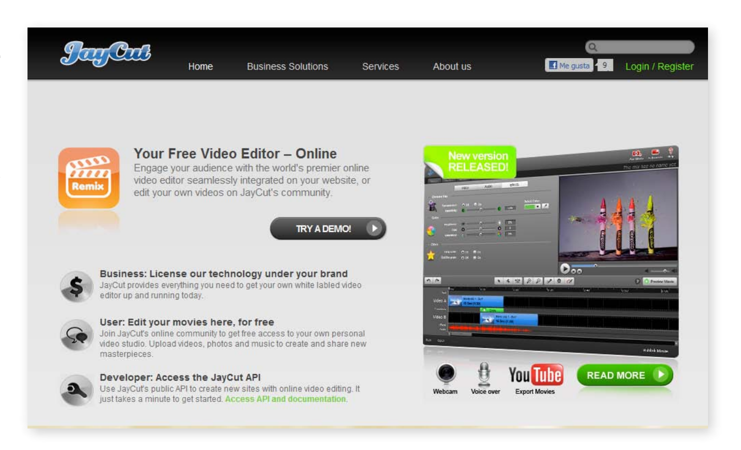
A continuación se presentarán dos opciones de edición, una para videos y otra para imágenes, las cuales pueden ser usadas de forma gratuita sin tener que descargar ningún programa.

Editando videos con Jay Cut

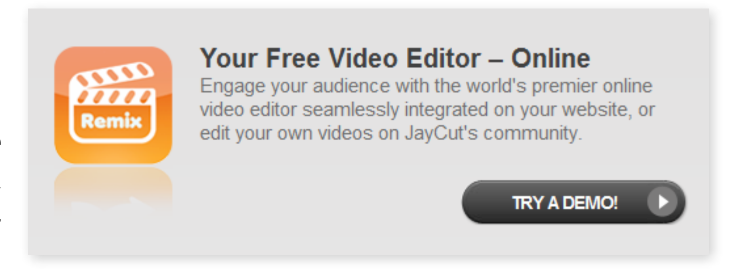
Por lo general, los videos usados en presentaciones tienen como característica principal ser cortos y muy concisos. Si esto es así, ¿por qué no editarlos usted mismo con las herramientas disponibles en la red?

Jay Cut es una herramienta de edición y construcción de videos enfocada a la producción Web. De esta manera, permite exportarlos directamente a su cuenta en Youtube o descargarlo bajo diferentes formatos de video.

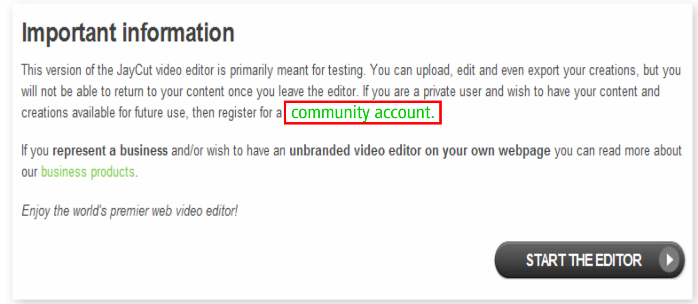
Para acceder al servicio ingrese a http://jaycut.com/, puede acceder directamente a la opción "Try Demo" con la que podrá probar el servicio sin registrarse, sin embargo no le permitirá guardar ninguna edición realizada. Así que se recomienda realizar el registro:

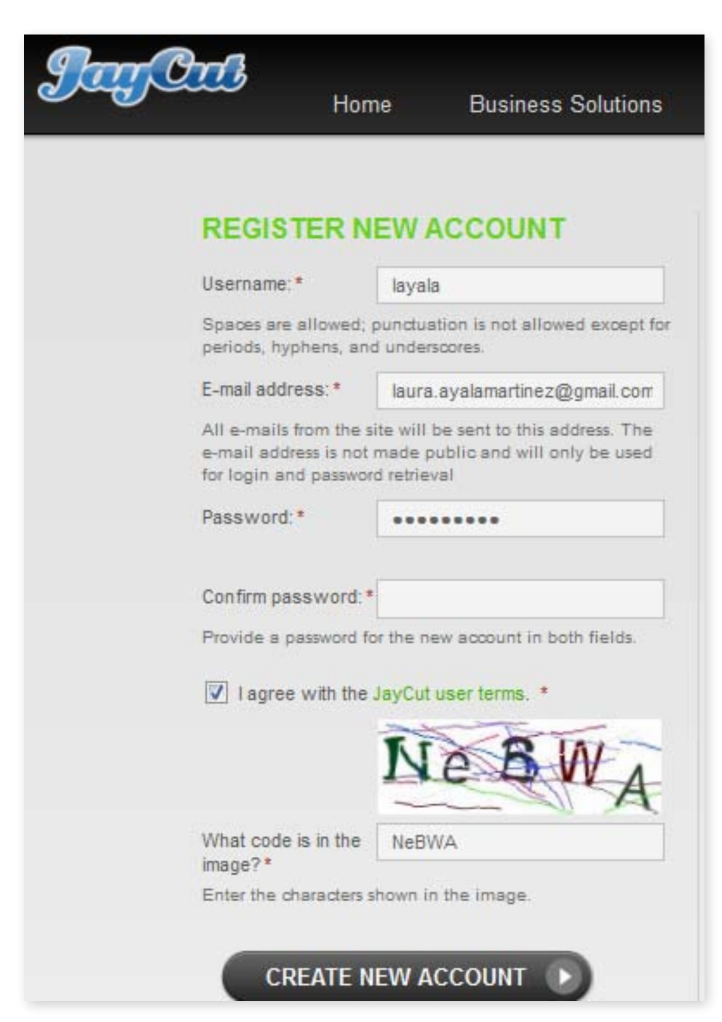


Para ingresar sin registrarse vaya a "Try a demo" y "Start the editor"



Para realizar el registro (opción recomendada), haga clic en "Try demo" y después en "Community account"





Realice el registro llenando los datos básicos solicitados. Aparecerá una ventana de bienvenida invitándole a crear un nuevo video:



Debe escoger el idioma de la plataforma.

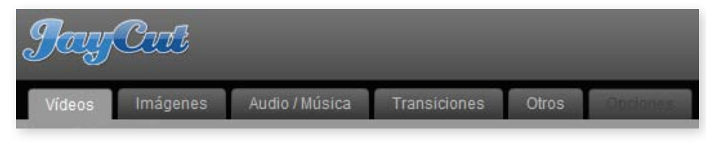


La plataforma cargará una ventana de edición con las herramientas necesarias para editar videos.



A continuación se realizará una breve descripción de las herramientas y sus utilidades:

Pestañas de recursos



VIDEO: Carpeta de videos importados disponibles para editar.
IMÁGENES: Carpeta de imágenes importadas.
AUDIO/MÚSICA: Carpeta de sonidos importados.
TRANSICIONES: Carpeta de transiciones (pre-instaladas).
OTROS: Carpeta de textos y colores.

Barra de herramientas principal



Esta barra contiene herramientas para editar, cortar, seleccionar, realizar acercamientos, grabación de voz o video; indispensables para la edición de cualquier video.

Línea de tiempo



Esta sección cuenta con los canales de video, transiciones y audio en las que se distribuye el material anteriormente importado.

A la derecha hay una pequeña pantalla, la cual permite visualizar las ediciones realizadas; así como importar videos, imágenes, a través de "Añadir archivo multimedia".



Finalmente, en la parte inferior aparecen opciones de guardar, abrir, publicar y descargar sus creaciones.



Sugerimos el siguiente video tutoriale en español desarrollados por la Corporación Colombia Digital -CCD- los cuales le permitirán apropiarse de la herramienta:
http://www.youtube.com/watch?v=UeB8TJJKIFI

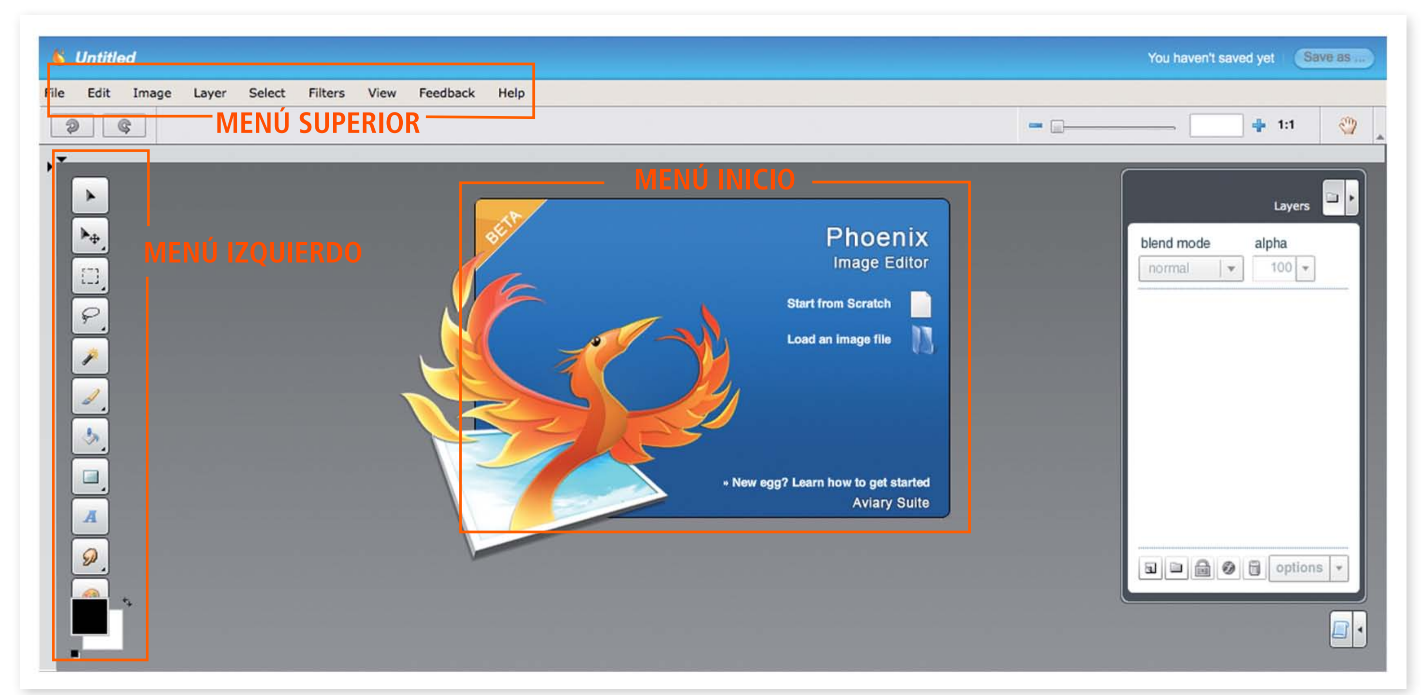
Edite sus imagenes con Aviary

Aviary es un conjunto de herramientas, muy completas, en la nube, con las que podrá editar vectores, imágenes, videos, audios, capturas de pantalla, editar color, entre otras. Dichas utilidades están representadas en ocho "programas" que pueden ser usados de forma gratuita. El único requisito es realizar el registro.

De esta manera, y continuando con la integración de herramientas para el desarrollo de presentaciones usando Phoenix image editor, una de las ocho herramientas de Aviary, la cual permite editar imágenes, para sus presentaciones, brochures y cualquier pieza gráfica de promoción de su empresa.

Para trabajar en Aviary es necesario registrarse en la página Web www.aviary.com, e ingresar a "image editor" (recuerde que para poder tener acceso a las herramientas es necesario tener un nombre de usuario y contraseña).

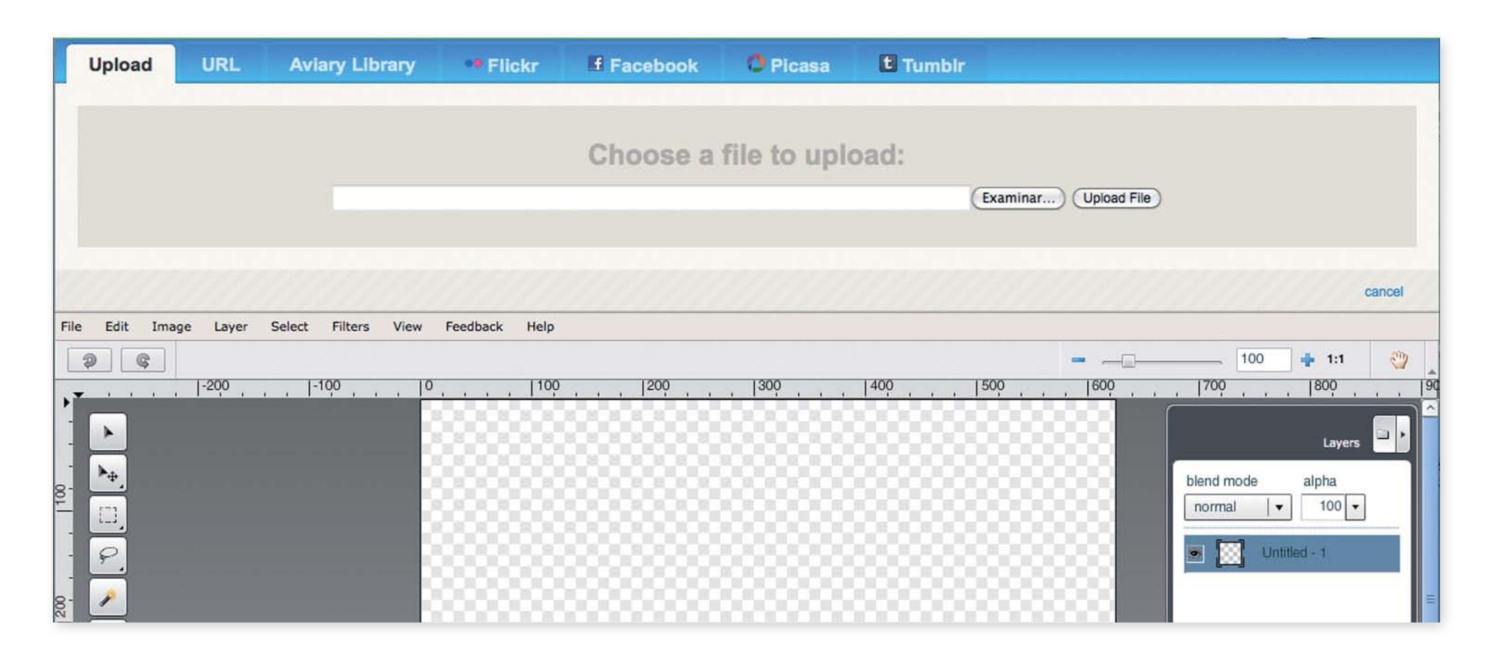
Para que se familiarice con la plataforma a continuación la descripción del plano de trabajo.



Interfaz gráfica del image editor

En esta pre visualización usted verá la interfaz gráfica del image editor, la cual cuenta con los siguientes menús: Superior, izquierdo y menú de inicio que aparece solo cuando se crea un nuevo archivo.

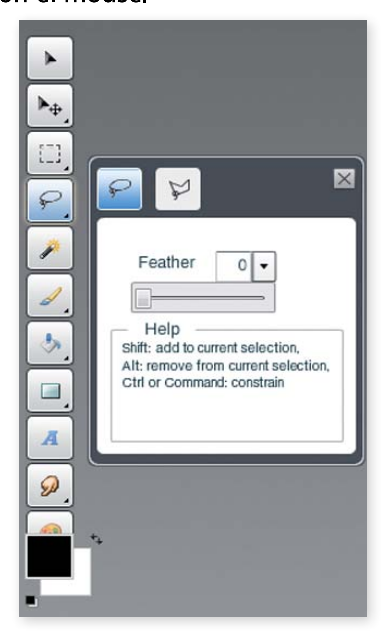
A partir de este punto se desarrollará el ejercicio paso a paso:
1. Identifique la imagen y el uso que le va a dar (Seleccione una imagen).
2. Cree un archivo nuevo en Aviary haciendo clic en "start from scratch" (Menú inicio).
3. Busque la imagen e impórtela:



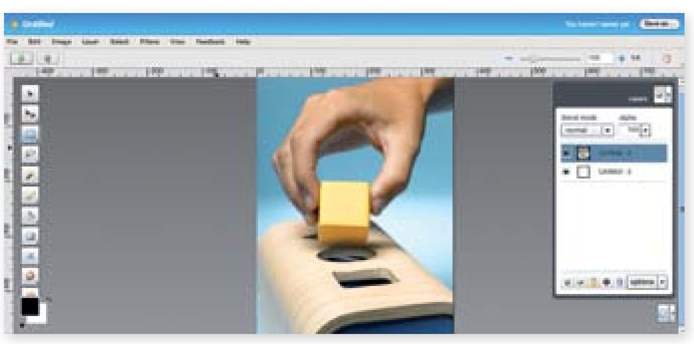
Importe la imagen que ya descargó y guardó en su computador. En el menú superior de clic en file/import file, se abrirá una ventana, choose a file to upload, en dicha ventana vaya a examinar, busque la ruta de la imagen y haga clic en upload file.

4. Cuando la imagen cargue, el siguiente paso es siluetear (recortar por el borde) la imagen quitándole el fondo para utilizarla sobre cualquier color sin que interfiera con el diseño que ya tiene predispuesto para su pieza.

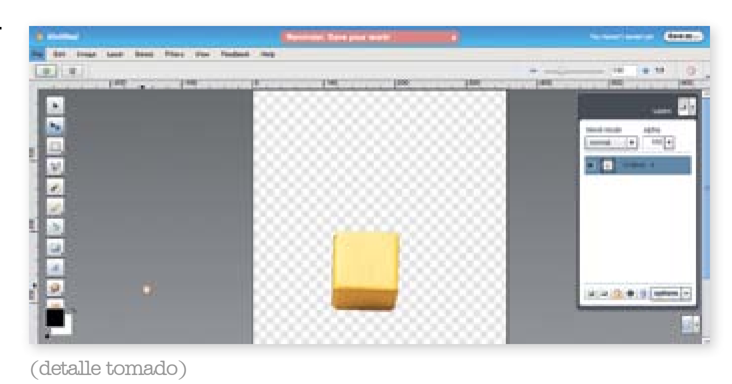
Seleccione en el menú izquierdo la herramienta "freeform selection" y empiece a trazar el recorrido de la selección alrededor de la imagen que va a dejar, dando clic y guiando el trazo con el mouse.



En las siguientes imágenes se muestra el ejemplo de la edición de una imagen sin fondo tomando un detalle.



(imagen completa)



(detalle tomado)

Cuando se encuentre seguro de haber obtenido el resultado esperado, guarde.

5. Parar guardar la imagen, en el menú superior vaya a file/export image/ ahí le abrirá una ventana que pre visualizará la imagen que va a exportar, en el menú desplegable seleccione .png (este es un formato que le permite mantener trasparencias) luego de

clic en "generate image"; seguido de esto la imagen será exportada al escritorio de su computador y estará lista para usar.

Esto es apenas un abre bocas de lo que puede lograr usando Aviary image editor; por esta razón, recomendamos los siguientes videos tutoriales desarrollados por la Corporación Colombia Digital -CCD-:

Edición de imágenes (Phoenix de Aviary) Parte I
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/3/ZcDq6i85WKA

Edición de imágenes (Phoenix de Aviary) Parte II
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/17/oxMpMHXkbIc

Composiciones digitales (Fotomontajes) Parte I
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/7/AlNwJtnPHmA

Composiciones digitales (Fotomontajes) Parte II
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/12/8z_H3-KAPMs

Para editar imágenes, crear volantes o brochures plegables promocionales

Edición de imágenes vectoriales (Raven de Aviary) Parte I
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/5/TWma-UpzQng

Edición de imágenes vectoriales (Raven de Aviary) Parte II
http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/11/vxVQIaip2u0

Más herramientas para editar sus imágenes

Aunque Aviary es una herramienta muy completa, no es la única que se encuentra disponible en la red para que pueda desarrollar este tipo de ejercicio.

Si su interés es realizar un retoque rápido de alguna imagen, puede usar Picnik http://www.picnik.com/, servicio gratuito que le permite realizar ediciones y retoques básicos de imagen en línea. ¿Qué elementos puede editar con esta herramienta? Picnik, permite ampliar, recortar, cambiar tonalidades de color, brillos, contrastes, entre otros. Además de contar con la opción de agregar elementos como marcos, diseños preestablecidos sobre fotos o imágenes, obteniendo resultados muy aceptables sin ser un maestro del diseño.

Para que conozca más sobre esta herramienta puede ver los videos tutoriales producidos por la CCD y que encuentra en su canal de Youtube, http://www.youtube.com/corpcolombiadigital.

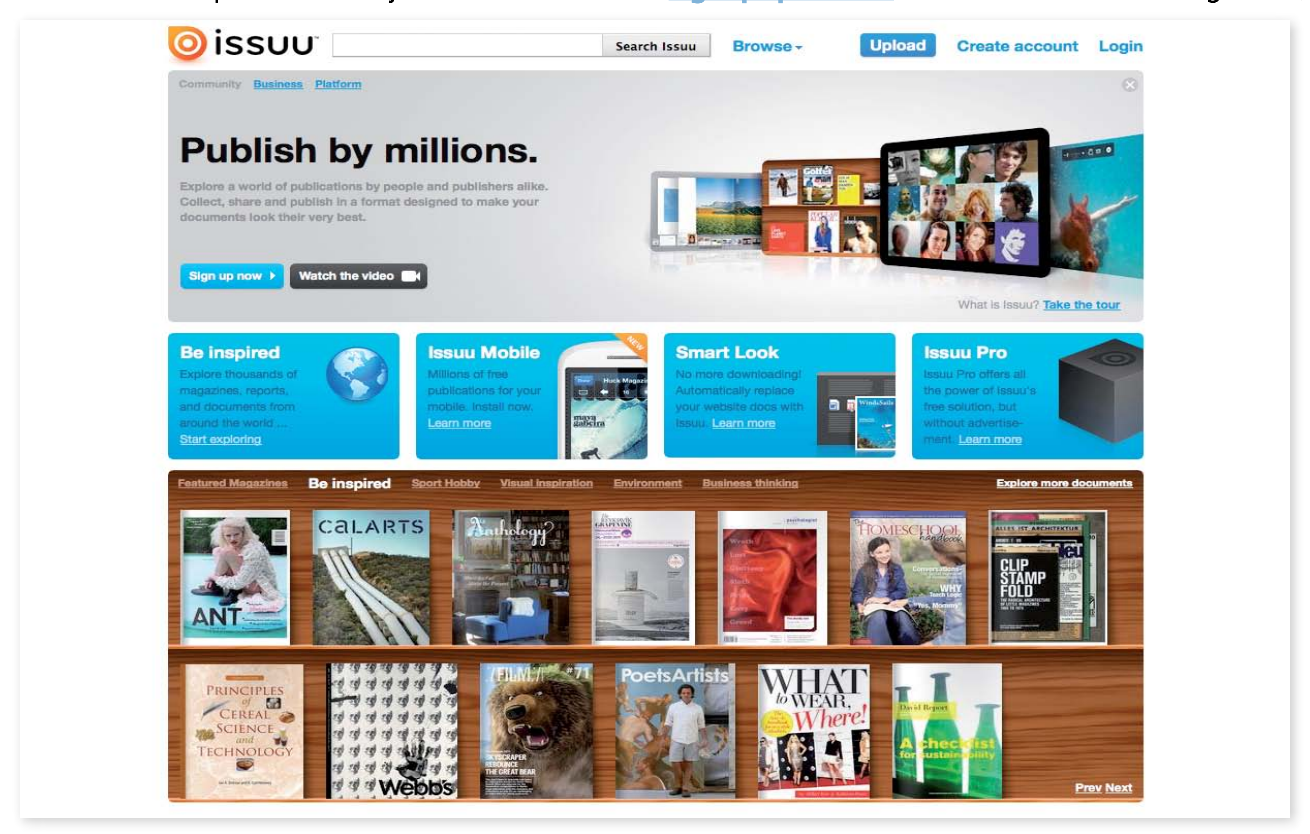
Tutorial: Tutorial en español de Picnik

Portafolios y otras presentaciones gracias a Isuu

Cuando usted tiene un archivo o documento tipo PDF, Word y simplemente está buscando una forma innovadora y creativa para compartirlo, ISSU http://issuu.com/ puede ser la respuesta.

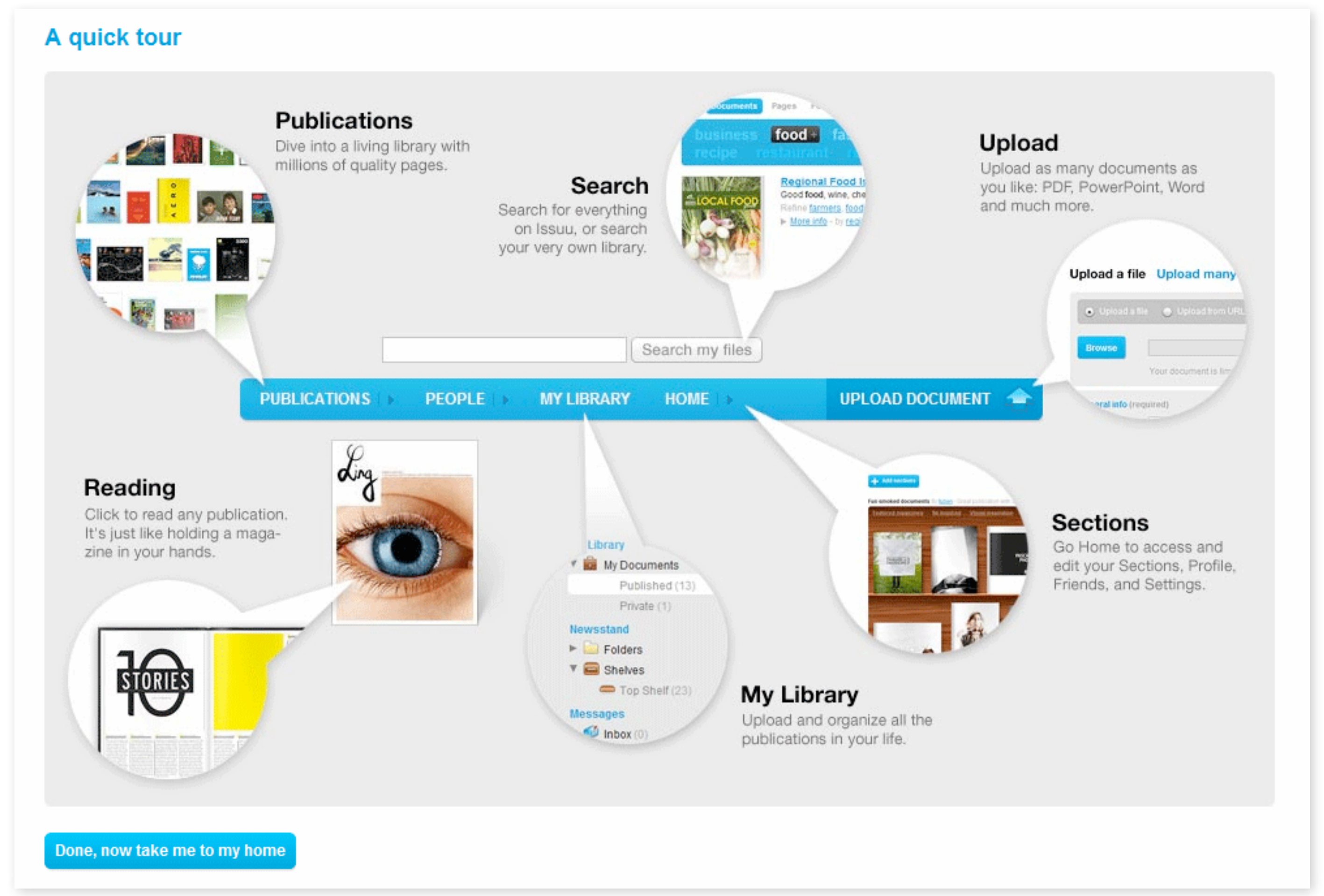
Ésta herramienta le permite subir y tener en red todas sus publicaciones institucionales, posicionando su empresa en el mercado por medio de una red de documentos. A través de este instrumento, puede compartir revistas, catálogos, periódicos y libros; publicándolos en línea en un formato tipo flash muy original, compatible para versión Web o móvil.

Para ingresar a Issu debe abrir una cuenta http://issuu.com/signup/quicktour (el acceso a este servicio es gratuito.)



El objetivo principal de este servicio es crear una red de contactos para que reciban como primicia sus publicaciones. De allí la importancia de ingresar contactos que puedan estar interesados en sus productos o servicios.

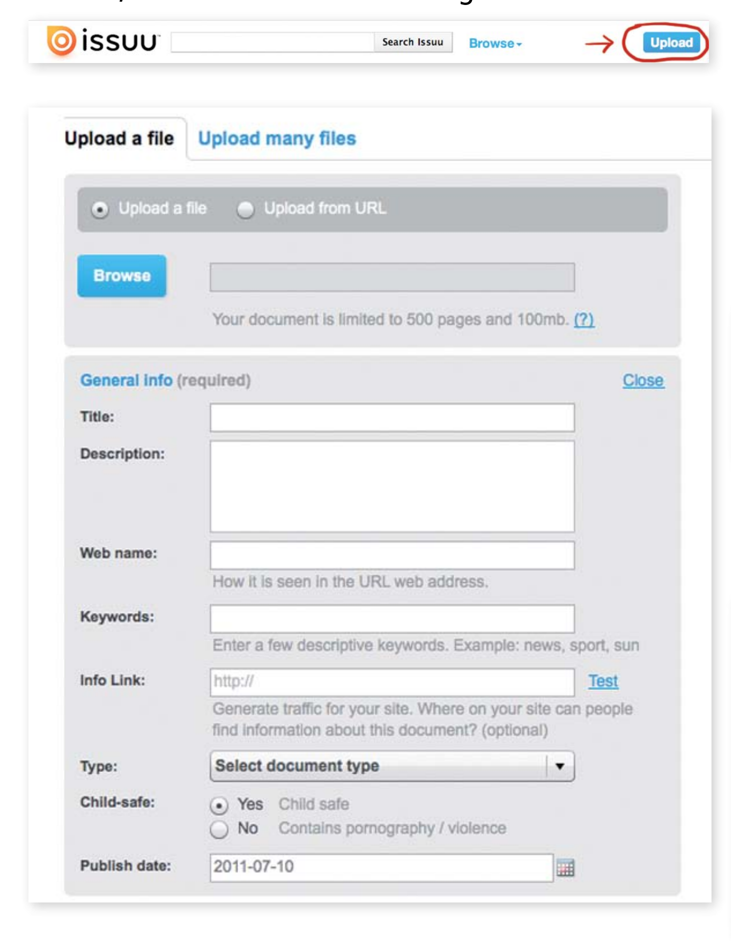
A continuación, una mirada general al menú principal y de las utilidades de Issu:



(Página principal, menu de navegación en Issu)

"Página principal" Desde esta página podrá visualizar, guardar, ver, editar y guardar todas sus publicaciones.

Cargar archivos:
Para cargar y guardar sus archivos diríjase a Upload document, como se muestra en la imagen.



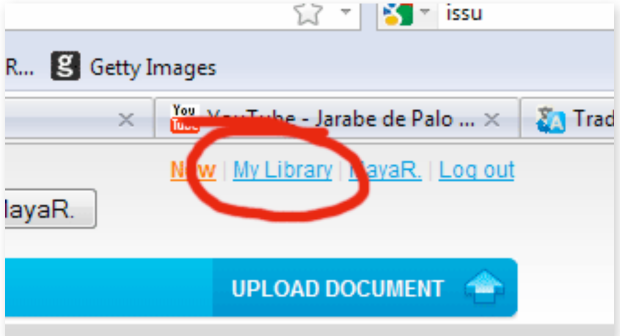
Formatos permitidos:
Para publicar en Issu, puede subir archivos Word y Pdf.

Debe llenar un formulario con detalles específicos del archivo que está subiendo, como por ejemplo, el nombre, descripción, palabras claves de búsqueda, idioma, para que tipo de actividad lo va a utilizar y el país donde se encuentra. Esto con la intención de direccionar los archivos a grupos específicos que usted tenga en sus contactos de Issu. (Amigos, clientes, empleados, entre otros) basados en los gustos e intereses.

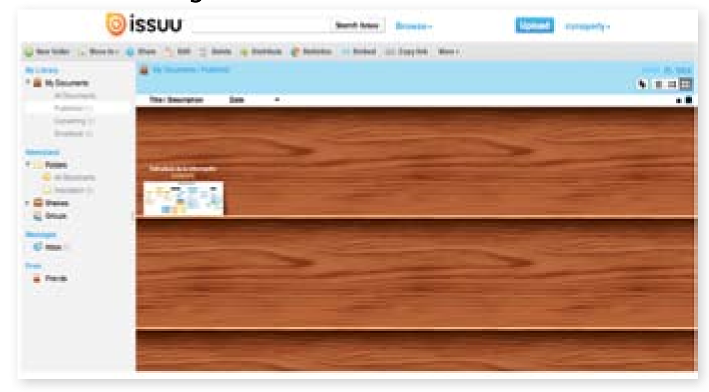
Para finalizar la subida haga clic en Upload file



Al terminar la carga, haga clic en el menú superior del lado derecho de su pantalla y haga clic en My Library.



"My Library" corresponde a su librería, el lugar donde podrá ver qué archivos ha publicado, qué tipo de documentos tiene almacenados, su bandeja de mensajes y el listado de amigos.



Esta, es la biblioteca clave para administrar, editar y publicar sus documentos. **Issu le permite tener las direcciones de cada documento así como el código embebido el cual le permitirá insertar sus documentos en otras aplicaciones html o compartirlo usando redes sociales**.

No se quede atrás, innove en la forma de presentar

Las herramientas que ofrece la Web 2.0 son la manera más eficaz y clara de poder mostrar, promocionar y dar a conocer su empresa en el mercado de manera innovadora, sencilla e inmediata.

Usted decide cuál de todas las herramientas anteriormente reseñadas son las más apropiadas para su negocio. Si elige romper con la cotidianidad del formato de diapositivas use Prezi, inserte PDF, videos e imágenes y publíquelos en su página Web o Blog corporativo.

Si por el contrario ya tiene la presentación de su empresa en Power Point o en un PDF y simplemente quiere presentarlo como un libro digital, recuerde que en poco tiempo lo puede hacer con Issu.

Ahora bien, si está dispuesto a aventurarse a crear su propio canal en Youtube y echar mano a las redes sociales usando videos innovadores, edítelos con Jay Cut, expórtelos y compártalos en Facebook o Twitter, y si necesita saber más sobre estas redes vaya al capítulo 5 "Redes sociales: ¿sólo para cotorrear?".

Para editar imágenes, crear volantes o brochures (plegables promocionales) aquí hay algunos otros tutoriales interesantes del uso de herramientas libres para el desarrollo de piezas digitales: ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital

Aprender herramientas nuevas, nunca será en vano, así que dese la oportunidad de navegar, investigar y conocer; no se quede con la información que todos los usuarios saben; pase de ser un consumidor de tecnología y publicidad a ser el productor de sus propias estrategias de mercado.

Aproveche, las fronteras en la Web no existen, abra campos donde nunca ha pensado explorar, arriésguese y tome decisiones que a corto y largo plazo arrojarán resultados. **Las herramientas de la Web 2.0 lo están esperando**.

Publicidad en línea... no te quedes en lo físico

07

Ángela Bohórquez

Publicidad ayer y hoy

El auge de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, sin lugar a dudas, trajo consigo varias transformaciones entre las que sobresale lo relacionado con publicidad. Si hace años los canales para promocionar un producto o servicio eran limitados, hoy en día el panorama luce diferente:



Canales de publicidad en el 2009 vs. Canales de publicidad en los 80s[1]
Fuente:http://www.barcelonaschiringuito.com/public/assets/Post/3334/1-advertising+2009.jpg

Anteriormente, los medios masivos como la radio, la televisión y los impresos se llevaban una gran tajada debido a su efectividad incuestionable en la época y su gran alcance. Grandes sumas de dinero eran invertidas y sólo, aquellas empresas con un alto grado de liquidez eran las únicas que podían acceder a este tipo de pauta. ¿Y qué les quedaba a las medianas y pequeñas? Volantes, afiches, vallas publicitarias y mercadeo telefónico, por mencionar otras alternativas que, a pesar de ser más económicas que las anteriores, no eran enteramente accesibles a los emprendedores.

Hoy en día, el abanico de opciones para todos los empresarios se ha diversificado significativamente al igual que sus tarifas, ya que estas son cada vez más viables y versátiles. **Internet, de la mano de la Web 2.0, se ha convertido en la gran plataforma para que a través de diferentes herramientas, cualquiera pueda promocionar y divulgar bienes, servicios y todo tipo de contenidos y causas**.

Este capítulo está enfocado en los cambios que afronta el quehacer publicitario desde el punto de vista del empresario, las ventajas de las nuevas herramientas que han surgido en este

1- Molina, S. (2009, Septiembre). "No hay marcha atrás". Disponible en: http://www.barcelonaschiringuito.com/no-hay-marcha-atras.

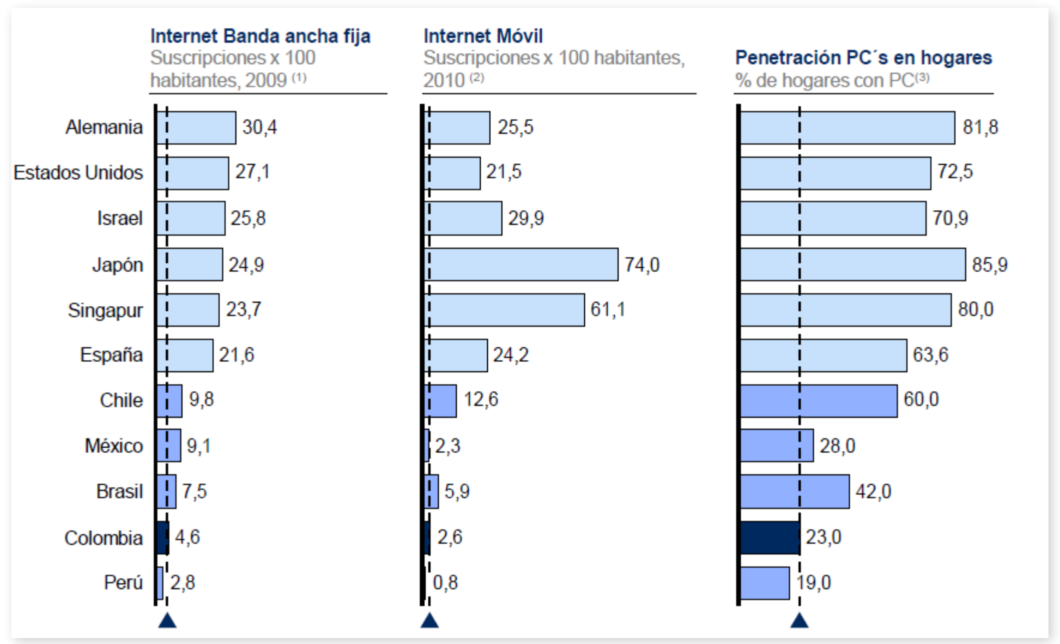
campo, consejos para articular estrategias en los medios online y herramientas recomendadas para futuras exploraciones.

Publicidad en línea: todo un universo por explorar

La publicidad convencional está en decadencia. Los nuevos medios han seducido a infinidad de internautas y poco a poco, éstos se han ido apartando de la televisión y la radio.

Los usuarios de Internet han ido creciendo de manera exponencial y según estadísticas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones - UIT, se proyecta que para el 2010 dos mil millones de personas tengan acceso a la red, lo que equivale al 30% de la población mundial[2]. En Colombia, aunque hace falta bastante, en comparación con otros países, para aumentar el número de usuarios de Internet y de personas por computador, el país se encuentra en un punto medio con aproximadamente 4 suscripciones a Internet Banda Ancha por cada 100 habitantes, 2 suscripciones móviles y el 23% de los hogares cuenta con un computador[3].

Estos datos pueden apreciarse mejor en la siguiente gráfica:



Fuente: Plan Vive Digital Colombia[4]

2- International Telecommunications Union (2010, octubre). "The World in 2010: ICT Facts and figures" Disponible en: http://www.itu.int/ITU-D/ict/material/FactsFigures2010.pdf
3- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2010, octubre). "Plan Vive Digital Colombia". Disponible en: http://www.mintic.gov.co/vivedigital/pdfs/material.pdf
4- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2010, octubre). "Plan Vive Digital Colombia". Disponible en: http://www.mintic.gov.co/vivedigital/pdfs/material.pdf

A nivel mundial, redes sociales como por ejemplo Facebook cuenta con más de 500 millones de usuarios activos, quienes duran en promedio 700 billones de minutos mensuales en diversas actividades en este portal y están vinculados a aproximadamente 80 páginas, grupos y eventos[5]. En Colombia, existen 11.323.900 usuarios registrados en Facebook[6] a noviembre de 2010.

Las anteriores estadísticas, más que números fríos, presentan una evidencia de la tendencia contemporánea y son una muestra clara de un nuevo desafío que enfrentan los empresarios. Aunque a primera vista, los múltiples canales de publicidad podrían ser vistos como una oportunidad para mejores ventas y más ingresos, lo cierto es que se requiere de una combinación entre diversas estrategias para sobresalir.

Son varias las ventajas claves que ningún empresario debe dejar escapar y que por el contrario, todos deberían aprovechar al máximo. Por ejemplo, teniendo en cuenta la gran masa de personas que accede a Internet, la audiencia de cualquier banner o anuncio en línea, es significativamente mayor que la de cualquier cuña radial o comercial televisivo. Asimismo, si se desea que alguna muestra de la publicidad convencional sea publicada en más de un país, debe sacar de su bolsillo una suma de dinero con la que no todos cuentan. En cambio, al estar en Internet, un aviso puede estar configurado para una gran masa sin incurrir en costos adicionales, pues desde este medio se cubre un amplio rango de usuarios, sin importar su lugar de residencia.

Por otro lado, **al contar con una sucursal virtual con información pertinente sobre sus productos y/o servicios, se ahorran costos de comercialización relacionados con vendedores o locales comerciales. Sin volantes, sin afiches o sin publicidad BTL[7], se puede sobresalir, siempre y cuando cuente con una estrategia bien articulada siendo el amo y señor de la misma.** No se necesita ser un experto Web para poder aprovechar estos beneficios ya que por ejemplo, existen plataformas para crear anuncios en líneas o realizar marketing por correo electrónico intuitivas y fáciles de modificar, como por ejemplo Google Adwords o Mailchimp.

Otra gran ventaja de estas formas de publicidad consiste en el monitoreo. Varias de las herramientas que existen en la actualidad, cuentan con mecanismos para realizar seguimiento. En el pasado, si una empresa tenía un conjunto de estrategias debía realizar una encuesta a los clientes con los que se topara para tener una idea de cuál medio era más efectivo, y los resultados no siempre eran confiables. Con estos nuevos instrumentos para la publicidad, que se basan en Internet, no se

5- Facebook (2010, Julio). "Facebook press room statistics". Disponible en: http://www.facebook.com/press/info.php?statistics
6- Facebook Colombia (2010, noviembre) Disponible en: http://www.facebookcolombia.com/
7- La publicidad BTL o Below the line (debajo de la línea) hace referencia a toda aquella que usa canales diferentes a los medios masivos para divulgar un producto o servicio.

requiere de este tipo de accesorios y por el contrario, es posible tener una idea exacta de si lo que está haciendo sirve o no. En consecuencia, se facilita realizar un cambio de tácticas y diversas combinaciones que de la manera tradicional, no sería operable.

Antes de salir online, articule su estrategia offline

Suena obvio pero de nada le sirve a una empresa ejecutar una estrategia en línea si no cuenta con algún tipo de presencia virtual: una página Web o un perfil en alguna red social. Adicional a esto, es fundamental recordar que en este espacio de la red se recomienda tener canales concretos de comunicación con su empresa, datos físicos y reales para que los clientes tengan la tranquilidad que la organización está compuesta por seres humanos reales, debido a que muchos sitios cometen el error de tener mucha información, pero olvidan proporcionar datos como una dirección o un teléfono que le de idea al cliente de la ubicación de la empresa.

Ahora, tener una página Web no es tan complejo como suena, por lo que se aconseja ver el capítulo 3 de este libro, "Páginas Web simples …. Y menos simples", que trata esta temática para que sepa por dónde iniciar este proceso.

Una vez articulada su "sucursal virtual", corresponde depositar ahí la mayor cantidad de datos precisos sobre los productos y servicios ofrecidos a los clientes. **En el pasado, quienes tenían el poder ocultaban con recelo la información en la sociedad, hoy gracias a la Web 2.0 el panorama es distinto. Es fundamental que fotografías, catálogos, precios, dimensiones y demás características estén plasmadas dentro de este espacio, ya que si piensa la idea es publicitarlo, el anuncio tiene como fin ampliar información, no llevar al cliente a un laberinto misterioso sin salida donde no se entera de nada**.



Image: Salvatore Vuono / FreeDigitalPhotos.net

Luego de tener esta claridad, es importante que los anuncios y correos tengan objetivos claros y estén dirigidos a uno o varios segmentos de clientes, ya que gracias a estas herramientas, es posible tener alternativas

dirigidas a diferentes públicos. El anterior es otro de los cambios fundamentales que ha introducido la Web 2.0, ya que si bien antes se creaban estrategias publicitarias para grandes masas, hoy en día el mercado de nichos es el rey. La publicidad por lo tanto es más personalizada y es posible dirigir campañas a grupos específicos.

Para esto, es recomendado tener un buen manejo de las relaciones con los clientes, también conocido como CRM o customer relationship managament, donde exista una base de datos sólida con información actualizada y la posibilidad de establecer relaciones con los clientes que sean más cercanas y por supuesto, individualizadas.

Recuerde: de nada sirve articular una estrategia si no se tiene previamente definida la misión de la empresa y el objetivo que desea lograr. Por ejemplo, aumentar las ventas o fidelizar a sus clientes. Así que, antes de lanzarse al abismo, se aconseja pensar qué se desea lograr con este salto que tomará una empresa al innovar con estrategias publicitarias digitales.

Ahora, se describen algunas herramientas recomendadas para realizar publicidad en línea de manera efectiva y a un bajo costo.

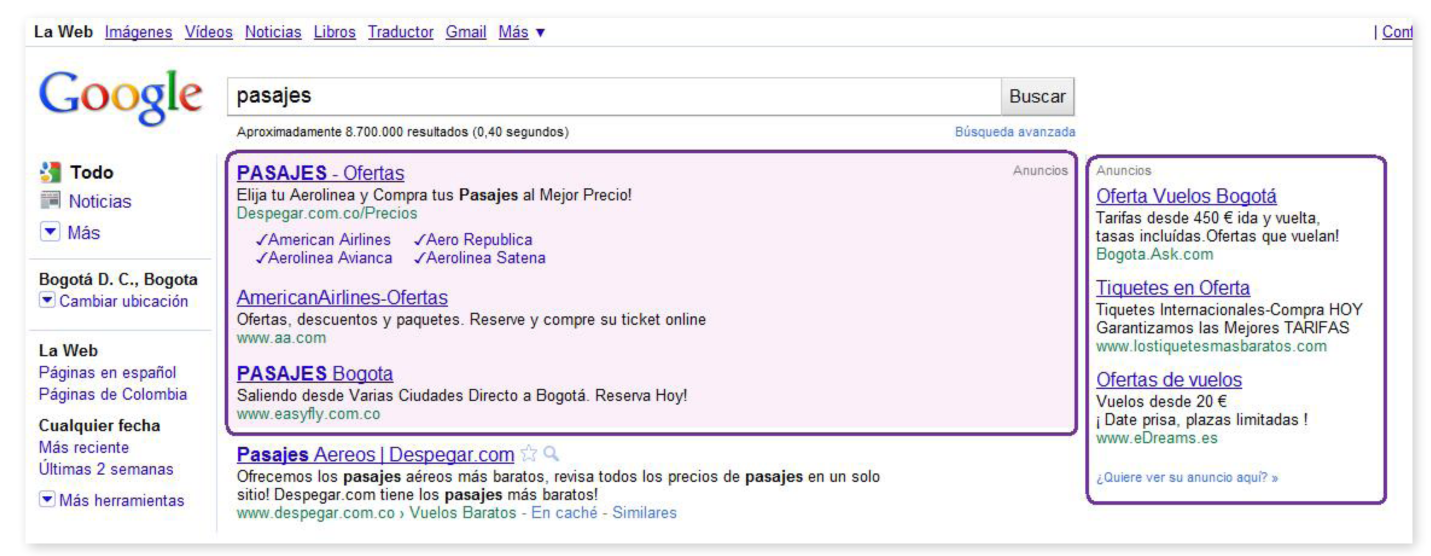
Anuncios en línea: capturando clientes

Una de las formas más revolucionaras que ha introducido la publicidad digital son los anuncios en línea. Estos **funcionan de manera simple y desde precios muy módicos ya que quien solicita este servicio decide cuánto puede aportar para la campaña y qué tiempo desea que dure**. La unidad de facturación en estos casos es el pago por clic, que significa que usted no paga por cada vez que aparezca su aviso, sino por quienes den clic encima de él y lleguen a su página Web o a donde los direccione el anuncio. Esto constituye una diferencia esencial con la publicidad tradicional, ya que si usted paga una cuña radial o un comercial televisivo, el precio es inmutable así muchas personas cambien de emisora o de canal durante la pauta publicitaria.

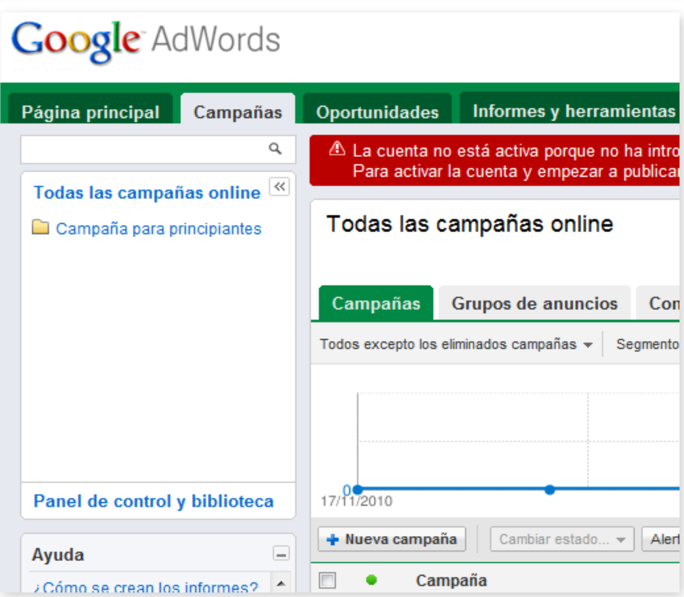
A continuación, enunciaremos algunas herramientas que son efectivas a la hora de anunciar en línea:

Google Adwords

Google Adwords es la forma de anunciar en línea desarrollada por el gigante de Internet Google. Esta funciona con base en el motor de búsqueda ya que cuando una persona digita alguna palabra, aparecen anuncios relacionados con respecto a esta, como se observa en la siguiente imagen:



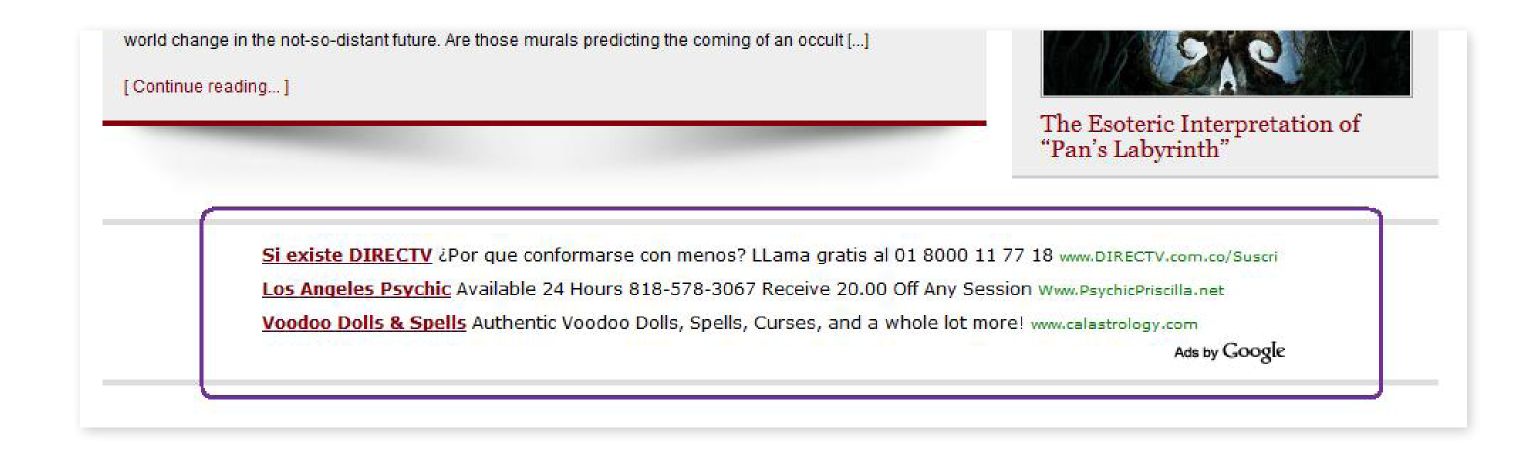
Para poder acceder a los servicios de Adwords se requiere tener una cuenta en Gmail y una tarjeta de crédito habilitada para realizar compras en la red. Con estos dos requisitos, cualquiera podrá ingresar al enlace https://adwords.google.es/ y tener rápido acceso a su cuenta.



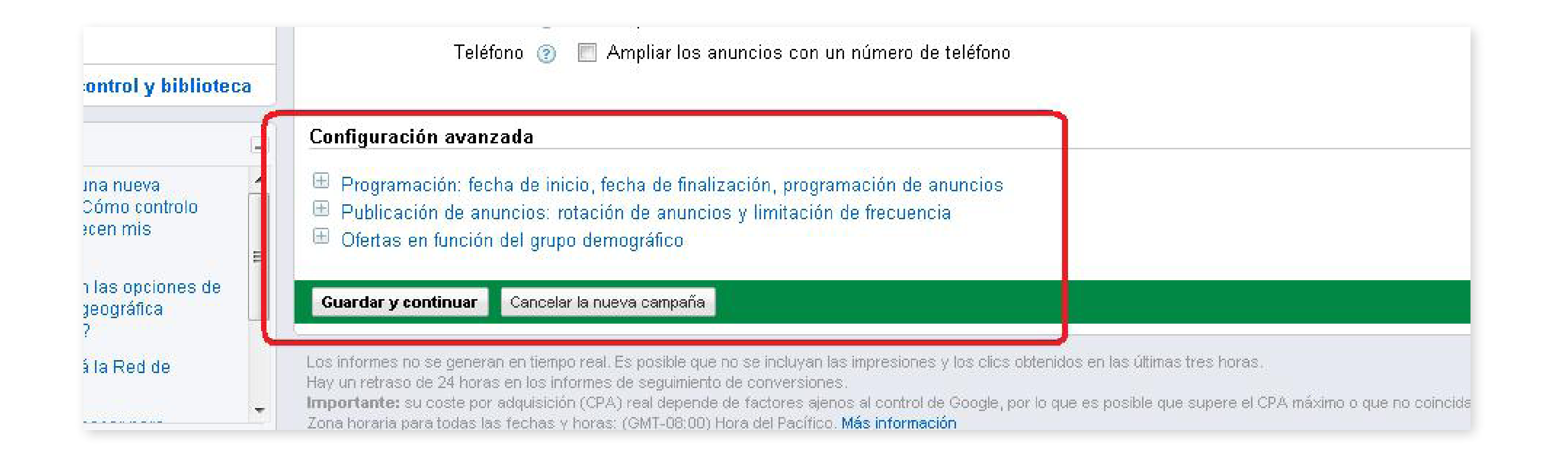
Luego de haber ingresado a la cuenta, debe dar clic en la pestaña "Campañas" y oprimir el botón "Nueva campaña". De esta forma, usted empezará a utilizar la herramienta para crear uno o varios anuncios para sus clientes.

Para Adwords, una campaña es un grupo de anuncios que aparecerán bajo las mismas palabras claves. Estas últimas, son los términos de búsqueda que harán que su anuncio aparezca cuando cualquiera lo digite dentro del buscador. Es posible determinar tantas palabras claves como sea necesario. También se pueden utilizar frases o combinaciones de términos como "casa Bogotá" o "perros french poodle en Quito".

El primer paso consiste en seleccionar el área geográfica y el idioma de quienes verán los anuncios. Por ejemplo: en la ciudad de Lima, Perú para personas que hablen tanto inglés como español. Posteriormente, se escogerán los dispositivos y redes de contenido en la que serán mostrados los anuncios, ya que Adwords permite que los avisos aparezcan en otras páginas Web diferentes al motor de búsqueda, como puede apreciarse en esta imagen:



Una vez realizados los dos pasos anteriores, se asignará el presupuesto diario de circulación del anuncio según lo que cada uno disponga. Adwords permite que el pago sea realizado en diversas monedas locales. En la parte inferior de esta pantalla, se encuentran aspectos para la configuración avanzada del anuncio que permite determinar la fecha de inicio y finalización de la campaña, mostrar con más frecuencia los avisos con más clics y escoger grupos demográficos en cuanto a género y edades se refiere, por ejemplo mujeres de 18 a 34 años:



A partir de este punto, es factible crear un anuncio ya sea de texto o gráfico. Recuerde que estos, se caracterizan por ser concretos y puntuales, por lo que no hay lugar para párrafos extensos sino que **se requieren frases contundentes con títulos que inviten a la acción**. Para una mejor ilustración, vea la siguiente imagen:



De ahí en adelante, seleccionará las palabras claves para que la persona vea el anuncio y luego, se realizará la solicitud para que el anuncio sea aprobado. Este proceso se demora aproximadamente 24 a 48 horas, aunque a veces los tiempos pueden ser menores, ya que desde Google se verifica que la información del anuncio sea verdadera.

Google Adwords facilita informes diarios, semanales, mensuales o según el período que requiera el usuario. La tarea de anunciar en línea requiere un constante monitoreo para que la efectividad de los anuncios sea potenciada al máximo. En la medida que el tiempo transcurre, podrán detectarse las mejores palabras claves, descartar las que no sirven e ir probando nuevas, o inclusive, cambiar los anuncios y las frases si nota que no están funcionando.

Google Adwords es un ejemplo de la publicidad en línea que se adapta al bolsillo de cada quien y que además, está diseñada para públicos objetivo específicos. Para saber más sobre esta herramienta, recomendamos los siguientes enlaces:

- https://www.google.com/intl/es_es/adwords/select/steps.html

- http://www.thatzad.com/assets/pdf/manual_google_adwords.pdf

El siguiente tutorial también es de gran utilidad:

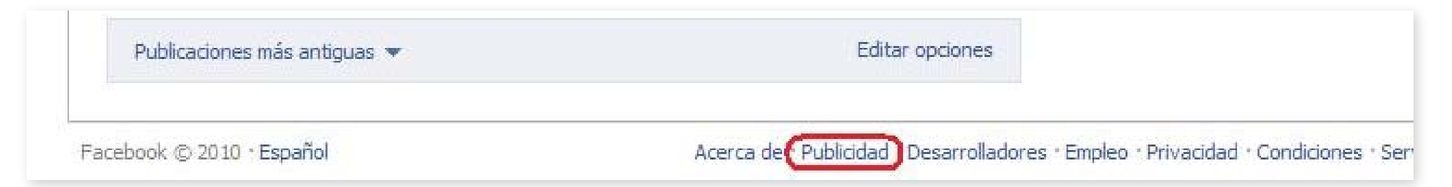
- ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#pc/37AD474454140D5D/0/fKbY8ytNBd4

Facebook Ads

http://www.facebook.com/advertising/
La red social más popular del momento ofrece a sus usuarios la alternativa para crear anuncios, que aparecerán mientras estén navegando por cualquiera de los espacios dentro de este portal. **La ventaja de la publicidad de Facebook radica en que ofrece más especificidad a la hora de segmentar el público del anuncio y que la aparición de los mismos no está determinada por palabras claves, sino por las características del público objetivo establecidas por el anunciante**.

Para empezar a utilizar la publicidad de Facebook, usted requiere una cuenta en esta red social y una tarjeta de crédito que tenga habilitada la opción de realizar transacciones en Internet. En este caso, la facturación se hace en dólares.

En primer lugar, es necesario ir hasta la parte inferior de Facebook y oprimir donde dice publicidad, tal y como lo muestra la siguiente imagen:



Una vez haya ingresado a esta sección, debe dar clic en el botón "Crea un anuncio". A diferencia de Google Adwords, Facebook entiende una campaña como un solo aviso y no un conjunto de varios, por lo que si se desea hacer una campaña dirigida a varios públicos debe crear tantos anuncios como grupos objetivo tenga.

Anúnciate en Facebook

1. Diseño del anuncio Preguntas frecu

Copiar un anuncio existente (Opcional)
Empresario: actualícese

URL de destino Ejemplo: http://www.tusitioweb.com/ [?]
http://www.colombiadigital.net/taller_empresarios/Taller%20Web%

Sugerir un anuncio [?]

Quiero anunciar contenido que tengo en Facebook.

Título 25 caracteres restantes [?]
Empresario: actualícese

Texto del anuncio 16 caracteres restantes [?]
Taller práctico en herramientas Web 2.0 y computación en la nube para empresarios. Para más información haga clic aquí.

Imagen (Obligatorio) [?]
Seleccionar archivo No se el...

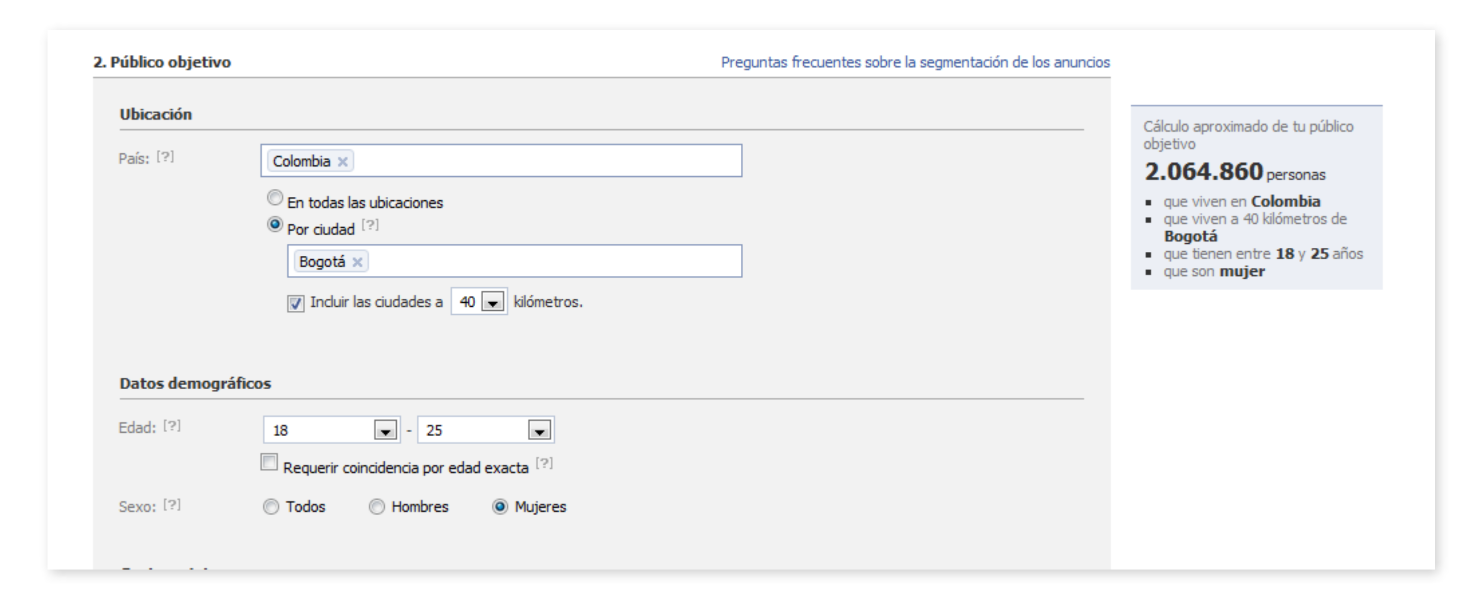
Eliminar la imagen.

Empresario: actualícese

Taller práctico en herramientas Web 2.0 y computación en la nube para empresarios. Para más información haga clic aquí.

El primer paso en Facebook, consiste en escribir el anuncio y la URL de destino, que puede estar ubicada dentro de la red social. **La brevedad es un requisito fundamental para tener un anuncio ya que Facebook admite un título de hasta 25 caracteres y un texto con máximo 135.** Además, se puede agregar al aviso una ilustración para captar más la atención del cliente potencial.

La segunda parte contiene todo lo relacionado con la segmentación y es bastante intuitiva para que complete los datos según lo que se requiera. Adicional a esto, Facebook muestra cuantas personas aproximadamente podrán ver su anuncio:



Por último, seleccione lo relacionado con el presupuesto diario y las fechas de circulación que tendrá la campaña. Facebook ofrece dos alternativas de cobro: por clic y por impresión. El primero, hace referencia a que el anunciante se le carga a su tarjeta de crédito cuando alguien de clic en el aviso y el segundo, cobra por cada aparición que haga el anuncio sin importar si se hace o no clic. Finalmente, debe esperar aproximadamente 24 horas a que el aviso sea aprobado por Facebook, ya que ellos se toman el trabajo de comprobar que lo ofrecido sea verídico.

Los anuncios en Facebook son otro ejemplo claro del cambio que vive el entorno publicitario y de cómo cada estrategia es cada vez más personalizada. ¡No vale la pena quedarse por fuera de esta tendencia!

Pero además si quieres seguir explorando, consulte estos dos tutoriales realizados por la CCD:

- Publicidad en línea usando Facebook – parte 1: ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/2/oWF6MISff80
- Publicidad en línea usando Facebook – parte 2: ▶ http://www.youtube.com/corpcolombiadigital#p/c/37AD474454140D5D/18/whM9D0x__SI

Intercambio de banners: la unión hace la fuerza

Las alianzas son estratégicas para lograr una presencia fuerte en la Web y una de las formas recomendadas consiste en realizar intercambio de banners. Es decir, tener en algún sitio de su Web una sección para "aliados" o "páginas recomendadas" donde incluir a otros, buscando por supuesto que el gesto sea retribuido de la misma manera. Si bien esta no es una estrategia de publicidad propiamente, es una forma práctica para que su página tenga un mejor rango de acceso y una táctica sencilla de aplicar cuyo poder no debe ser subestimado.



Image: jscreationzs
FreeDigitalPhotos.net

E-mail marketing o mercadeo por correo electrónico: fidelizando clientes

El primer tipo de publicidad en línea probablemente fue el mercadeo por correo electrónico, una estrategia de la que seguramente más de uno ha sido "víctima". Sin embargo, si todavía sigue vigente es porque muy seguramente es efectivo.

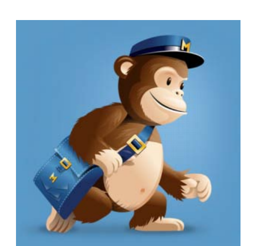

Image: Salvatore Vuono
FreeDigitalPhotos.net

El e-mail marketing funciona de una manera simple: el usuario se suscribe a una lista y, periódicamente, le llegan actualizaciones sobre las actividades o nuevos productos de la empresa. El problema fue que esta forma de publicidad se volvió tan popular, que se convirtió en algo insoportable para muchos por lo que se recomienda tener cautela a la hora de enviar correos y no cansar al consumidor con mensajes recurrentes, repetitivos y sin importancia.

Para esto, **se requiere de una base de datos de clientes a la que fidelizará a través de correos con información interesante y novedosa, ya que si sus mensajes son aburridos y monótonos, muy seguramente serán etiquetados como spam o correo no deseado**. Además, debe tener objetivos claros para realizar esta comunicación, o de lo contrario, sus envíos lucirán improvisados y serán eliminados por el usuario sin siquiera abrir el mensaje.

Algunas de las herramientas recomendadas para este tipo de tareas son:

Mailchimp | http://www.mailchimp.com/ |



Esta aplicación, pese a que se encuentra en inglés, permite, de una manera sencilla, crear plantillas y enviarlas a listas de usuarios. Para ello es necesario que la base de datos haya sido previamente verificada y el servicio exige al que envía el correo que certifique que todos los usuarios accedieron a estar en la lista de envío, con el fin de evitar que la herramienta sea usada para el indeseado spam.

La versión gratuita de MailChimp incluye la posibilidad de tener 1000 suscriptores y 6000 envíos, una buena forma de empezar a fidelizar clientes a cero pesos. Si un empresario considera que requiere una mayor capacidad, puede acceder a planes mensuales pagos o a la compra de envíos de cierta cantidad de correos, si se trata de algo que no sucederá con frecuencia.

PhPlist | http://www.phplist.com/ |

PhPlist es un software diseñado para gestionar hasta 100.000 suscriptores a listas de correos. Este software tiene una versión en español, es bastante completo, de código abierto[8] y con acceso gratuito libre a todos los servicios que ofrece, pero se debe tener algún tipo de

8- Un software de código abierto es todo aquel que puede ser modificado y mejorado por los usuarios de manera libre.

hosting con las siguientes características: un servidor Web instalado en Apache[9], con sistema operativo de GNU/Linux[10], una base de datos de MySQL[11] y tener instalado el lenguaje de programación PHP[12].

La interfaz[13] tiene varias ventajas, ya que le facilita a los usuarios crear diferentes listas de correo, garantiza la recepción del mensaje, evita que a un e-mail lleguen correos repetidos, permite realizar una edición en código HTML[14], adjuntar archivos, importar listas de correo de otros archivos, enviar una página Web y programar envíos, entre otros beneficios que brinda este programa. Para documentación adicional sobre esta herramienta, puede visitar este enlace: http://docs.phplist.com/SpanishDocumentation

...y sigue la exploración

Las anteriores herramientas son sólo un abrebocas del gran repertorio que existe en Internet para potenciar las estrategias publicitarias de cualquier emprendedor. Los anuncios en línea en plataformas como Google Adwords y Facebook Ads, son ideales para acceder a públicos diversos y segmentados según características particulares, como ubicación o edad. Esto responde a la tendencia contemporánea en la que se habla del mercado de nichos y se deja de lado la visión donde la masa grande y uniforme era a la única a la que había que dirigirse.

Por otro lado, respondiendo a esta personalización publicitaria, las herramientas para envío de correos son otra alternativa para fidelizar y dar un trato especial a sus clientes. Con un buen trabajo de CRM, los mensajes se convierten en algo más que publicidad y pueden ser una manera de estrechar sus relaciones con sus clientes. Para ello, existen varias alternativas como Mailchimp y PHP List, pero no debe dejar de lado otros desarrollos valiosos que existen en Internet.

Por último, cabe anotar **que la publicidad en línea es un medio accesible para que cualquier empresario pueda acercarse a sus clientes de una forma personalizada y económica**. Las herramientas aquí presentadas son sencillas e intuitivas de usar. Sin embargo, queda claro que su efectividad depende de si están articuladas a una verdadera estrategia de divulgación con objetivos claros. Se recomienda a los empresarios seguir explorando todo lo relacionado con la publicidad en línea, ya que estas aplicaciones se actualizan constantemente para mejorar la experiencia del usuario.

9- Es un servidor Web libre y de código abierto, que se caracteriza por soportar varios lenguajes de programación, útil para páginas Web estáticas y dinámicas y por tener otras configuraciones que el usuario puede personalizar. Es además muy popular entre los internautas, por lo que son amplias posibilidades de conseguir soporte e información adicional.
10- Sistema operativo libre, gratuito y de código abierto, que permite al usuario gestionar actividades con un computador o servidor.
11- Sistema de administración de base de datos libre compatible con varios lenguajes de programación.
12- Lenguaje de programación utilizado para crear páginas Web dinámicas.
13- La interfaz es el medio visible al usuario, por el que puede comunicarse con una máquina, ya sea un servidor o una computadora, y darle instrucciones para que ejecute ciertas operaciones.
14- Lenguaje usado para definir la estructura y el contenido de un texto dentro de una página Web.

Enlaces recomendados para más información

- Ferrándiz, T. (2010, octubre). "El email marketing sigue vivito y coleando". Disponible en: http://www.barcelonaschiringuito.com/el-email-marketing-sigue-vivito-y-coleando
- Council of Research Excellence (2010, Mayo). Disponible en: http://www.researchexcellence.com/news/051010_vcm_dm_release.php
- Fisch, K. McLeod, S. y XPLANE (2009, septiembre). "Did you know 4.0" [video] Recuperado de: http://www.youtube.com/watch?v=6ILQrUrEWe8
- Royal Pingdom (2009, enero). "Internet 2009 in numbers". Disponible en: http://royal.pingdom.com/2010/01/22/internet-2009-in-numbers/
- Moerdyck, A. (2010, marzo). "940 million social media users in the world". Disponible en: http://blog.insites.be/?p=1704

Algunos tips sobre seguridad en la Web

Jesús Arturo Pérez

La motivación primaria de los hackers en Internet ha migrado, del vandalismo y reconocimiento dentro de la comunidad de hackers, a la obtención de beneficios económicos a través de ataques que atentan la privacidad de los usuarios. **El incremento de la sofisticación de los ataques en Internet favorece la explotación económica de individuos y organizaciones. De acuerdo al Centro de quejas de crímenes por Internet de Estados Unidos, en el 2009 se "perdieron" $559.7 millones de dólares, prácticamente el doble que en 2008, año en que se perdieron $265 millones**. Se aprecia, por tanto, un alarmante incremento en los ciber crímenes que van a la par con el aumento y sofisticación de los ataques.



Image: chanpipat / FreeDigitalPhotos.net

Una de las grade amenazas en Internet, que favorece el incremento de los ataques, es la presencia de botnets. Estas son grandes comunidades de computadoras comprometidas, denominadas bots y controladas por una sola persona. **Las botnets son también llamadas ejércitos de zombies ya que finalmente son máquinas controladas y dispuestas a atacar al llamado del hacker que las controla, comúnmente conocido como botmaster**.

Las botnets, hoy en día, son la fuente principal de la mayoría de los ataques en Internet y son usadas para llevar diversos delitos que van desde el envío masivo de correo electrónico, utilizado muchas veces para realizar ataques de phising, hasta diversos ataques como los de denegación de servicio distribuido, utilizado para echar abajo servidores. De igual forma, las botnets sirven para distribuir e instalar programas ilícitos de captura de teclas conocidos como keyloggers, utilizados para robar nuestras contraseñas, así como otros tipos de programas maliciosos conocidos como malware que son utilizados para llevar a cabo una gran diversidad de ataques.

1- Malware (del ingles malicious software), también llamado badware, software malicioso o software malintencionado es un tipo de software que tiene como objetivo infiltrarse o dañar una computadora sin el consentimiento de su propietario



Image: Idea go / FreeDigitalPhotos.net

Las botnets, indudablemente, combinan características de los virus, gusanos y distintos tipos de malware[1], ya que mezclan características de todos ellos para distribuirse, infectar máquinas y crear una red a disposición de su hacker creador. De esta forma, un hacker podría fácilmente crear un servidor Web falsificando la página de un banco; enseguida, redactar un correo electrónico indicándoles a los usuarios de ese banco que deben actualizar sus datos y contraseñas. El hacker envía este correo a millones de personas, usando miles de máquinas diferentes que pertenecen a su botnet, y así, al usar diferentes máquinas para el envío, muchos de esos correos lograrán pasar los filtros antispam hasta llegar a sus víctimas. Muchos usuarios, neófitos en Internet, serán engañados y entrarán al sitio Web falso proporcionando sus contraseñas y serán víctimas del ataque conocido como phising.

Obviamente, después de esto, el hacker entrará al banco con las cuentas de usuario de sus víctimas y pasará a vaciarlas. **Seguramente, usted, estimado lector, habrá recibido más de uno de estos correos, pues muchos de ellos han sido enviados por botnets**.

De igual forma, otro problema que ha incrementado la inseguridad en Internet, es la proliferación de programas para realizar ataques. Estos ya no requieren un nivel sofisticado de conocimiento, con lo que hoy en día cualquier persona puede realizar ataques. Adicionalmente, la existencia de malware transmisible a través de dispositivos usb, gusanos, virus o correos electrónicos; crean un escenario verdaderamente inseguro en la red a la hora de hacer nuestras operaciones, especialmente, transacciones comerciales o pagos.

Tips

Sea cual sea el tipo de malware, es importante conocer sus medios de propagación y cómo prevenirlos. Lo anterior nos permitirá realizar transacciones seguras en Internet. Para lograrlo, sólo siga las recomendaciones que se presentan en seguida. **Es importante mencionar que estas sugerencias pueden parecer extremas o exageradas, pero en la medida que las siga, mayor será la seguridad que tenga. No están en orden de importancia, y es posible que ya conozca y esté protegido con algunas, pero entre mayor sea el número que implemente, mayor será su seguridad**.

1. Actualización de parches de su sistema operativo: todos los sistemas operativos, en todas sus versiones, al

salir al mercado contienen errores o vulnerabilidades que son aprovechadas por los hackers para realizar sus ataques. Todo ataque explota una vulnerabilidad, si actualiza frecuentemente su sistema operativo, instalando los parches disponibles, estará previniendo muchos ataques al estar libre de vulnerabilidades. Afortunadamente, la mayoría de los sistemas operativos hoy en día avisan automáticamente las actualizaciones, así que únicamente realicelas.

2. Instalar y actualizar antivirus: un antivirus actualizado y que siempre esté corriendo en tiempo real es indispensable para lograr interceptar cualquier tipo de virus que quiera entrar a su sistema. Por suerte, los antivirus también están programados para realizar actualizaciones automáticas, con lo que sólo necesita dejarlo actualizarse y verificar periódicamente que este se renueve de forma satisfactoria.

3. Instalar y actualizar programa anti-malware o antispyware: muchos de los programas maliciosos que se incluyen en el malware no son detectados por los antivirus, de ahí la necesidad de contar con una herramienta que le ayude a detectarlos y eliminarlos. Un síntoma típico de la infección de malware es hacer que su computadora sea más lenta y, en especial, al acceder a Internet. Esta herramienta se puede ejecutar periódicamente, o incluso las nuevas versiones permiten, al igual que los antivirus, tenerlas trabajando en estado de alerta en tiempo real. Complementa al antivirus en la detección y prevención de todo tipo de malware, convirtiéndose así, hoy en día, en indispensable.

4. Tener un cortafuegos o firewall personal instalado: un cortafuegos lo va a prevenir de ataques basados en rastreo de puertos, o bien, de que alguien intente conectarse a su máquina fácilmente mediante algún puerto o servicio conocido. La mayoría de los sistemas operativos ya cuentan con un cortafuegos personal por lo que únicamente verifique tenerlo activado. También se puede optar por instalar algún cortafuegos comercial que le brinde aún mayor protección.

5. Evitar ataques de ingeniería social: los bancos, empresas, o instituciones en general, no envían correos electrónicos solicitando que se realicen cambios en sus contraseñas y mucho menos las envían por correo electrónico. Cualquier correo que le pregunte por sus contraseñas, seguramente, es un ataque de ingeniería social, por lo que nunca deberá proporcionar su información confidencial.

6. Evitar ejecutar programas adjuntos en correos electrónicos: probablemente hoy en día recibe una gran cantidad de correos de sus amigos que contienen cadenas con fotos, presentaciones, juegos e incluso programas ejecutables. Muchos de los programas maliciosos se adjuntan en ese tipo de presentaciones, con el fin de usar el correo electrónico y la confianza de sus amigos como mecanismo de distribución. De igual forma, es

posible incrustar una foto en un programa ejecutable y cambiar su extensión para enmascararlo. Al intentar abrirla, recibirá una notificación de si quiere ejecutar ese programa. Muchas veces no se pone atención y sólo da aceptar, con lo que se consiente ejecutar el programa y posteriormente al abrir la fotografía, no se percata de haber instalado un malware.

7. Al conectarse con su banco: nunca se conecte a su banco desde computadoras que no son de su propiedad, porque no tiene la certeza de que éstas no estarán infectadas con programas maliciosos. Use una contraseña de acceso exclusiva para su banco, así si alguna otra contraseña le es robada, no afectará la privacidad de su banco. Al conectarse verifique siempre que el nombre del dominio de su banco, sea el correcto. El nombre de dominio es la dirección que usted teclea para acceder al banco, por ejemplo www.santander.com.mx. Cuando se es víctima de algún ataque, normalmente hay un redireccionamiento a servidores que copian las páginas de su banco pero no pueden tener el mismo dominio, de ahí la importancia de verificarlo. De igual forma, asegúrese que al iniciar la sesión siempre establezca una conexión segura con https, ésta la puede apreciar al principio de la dirección del banco que tecleó en el navegador una vez que ingresa al banco, por ejemplo como se aprecia en la figura 1.

8. Al pagar por Internet: en primer lugar, siga las mismas sugerencias que cuando se conecta a su banco. Adicionalmente, si la tienda ofrece medios de pago alternativos como Paypal, donde no proporciona directamente el número de su tarjeta de crédito, úselos. De lo contrario, solo tenga presente que los mecanismos de seguridad de Internet, sólo le garantizan la privacidad de sus transacciones desde su máquina hasta el servidor remoto, por lo que no tendrá ningún problema si compra y paga en empresas de reconocido prestigio que tendrán sus servidores lo suficientemente protegidos para que nadie pueda robar sus datos. Comprar algún producto o servicio con empresas completamente desconocidas, sin un domicilio físico o de dudosa procedencia y más aún si no está en su país, representa un riesgo, ya que sus bases de datos pueden ser comprometidas o simplemente pueden hacer mal uso de sus datos.

9. No descargue software, música o videos piratas o gratuitos: los servidores que proporcionan contenidos gratuitos son los blancos preferidos por los hackers para incrustar malware. De esta forma, si usted baja una película que es la más vista recientemente, es probable que esté infectada. Es importante señalar que muchas veces estos servidores no pretenden incrustar malware, sino que ellos quizá viven de vender publicidad con anuncios, pero como es bien sabido, los sitios más visitados son los sitios que proporcionan contenidos gratuitos, pues resultan el lugar perfecto para que los hackers incrusten el malware en los contenidos que ahí se ofrecen.

10. Separe sus actividades en computadoras diferentes: si es aficionado a realizar muchas actividades de ocio en Internet y está a su alcance, tenga dos computadoras, una donde solo trabaje, lea su correo, acceda a su banco, realice transacciones electrónicas y todas aquellas operaciones que requieran privacidad. Y otra, donde quizá pueda hacer sus actividades de ocio, como bajar y ver películas, música, y todo aquello que le interese. Esta segunda máquina podría llevarla a zonas de riesgo si baja contenidos gratuitos, pero al no realizar operaciones privadas no estará expuesto a los riesgos de robo de sus contraseñas, etc..

¿Y qué hago si un día necesito usar una computadora que no es mía?

Seguramente alguna vez se le ha estropeado su computadora, o se le acabó la batería y se ve obligado a usar una computadora que no es de su propiedad, como puede ser la de un hotel para realizar una transferencia con su banco o algún pago por Internet.

Bajo estas circunstancias, el mayor peligro existente es que estas máquinas pudieran tener un keylogger, programa malicioso que captura y almacena todo lo que usted teclea, para posteriormente enviarlo a un servidor en Internet donde es procesado para extraer sus contraseñas. ¿Existe alguna solución?

En efecto, **existe un pequeño truco que puede realizar, con el que lograría engañar a cualquier keylogger**. Prácticamente la totalidad de estos programas solo logran almacenar las teclas que pulsa, así que **el truco consiste en cambiar a otra aplicación para insertar caracteres que no corresponden a su contraseña mientras la escribe. De esta forma, si existe un programa oculto que esté capturando lo que teclee, éste insertará erróneamente caracteres que no corresponden a su contraseña correcta y al transmitirla enviará una contraseña errada, engañando así al Keylogger, y conservando la confidencialidad de sus claves**.

Para ilustrarlo imagine que una persona con documento de identidad 11223344b y contraseña 1234 quiere entrar a su banco, y también asuma que existe un programa que está capturando y transfiriendo todo lo que los usuarios de esa máquina teclean.

La forma de proceder sería empezar a capturar sus datos, es decir su número de identidad, y parte de su contraseña, por ejemplo, los dos primeros dígitos, como se aprecia en la figura 1.

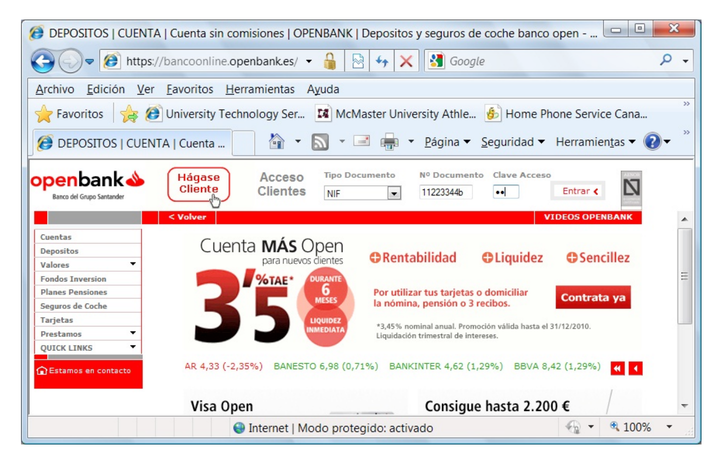


Figura 1 – Tecleo Parcial de datos para acceder al banco

Enseguida conmuta a otra aplicación, por ejemplo la calculadora y teclea varios números que no sean parte de su contraseña, por ejemplo 989, como se aprecia en la figura 2:

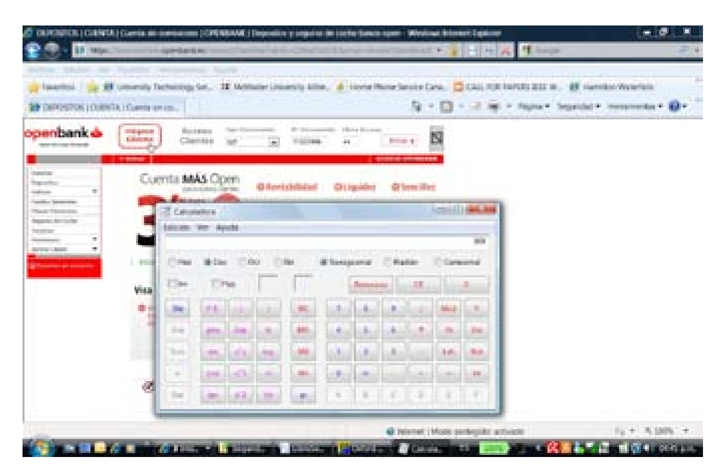


Figura 2 – Conmutar a otra aplicación y añadir datos erróneos

Finalmente, regresa a la ventana de su banco, termina de teclear su contraseña, completando los caracteres que faltaban correctamente, en este caso 3 y 4 y pulsa con el ratón la tecla entrar. Usted entrará al banco y realizará sus operaciones.

Si observa con detalle, el keylogger ha almacenado 11223344b y como contraseña almacenó 1298934 muy diferente a su contraseña correcta que es 1234. Esta información será transmitida y obviamente su contraseña verdadera no podrá ser descifrada. Si desea redoblar la seguridad, haga lo mismo a la hora de capturar su documento de identidad, de esta forma el keylogger capturará erróneamente su documento de identidad también, para luego transmitirlo incorrectamente. Es importante que si su banco utiliza una clave o contraseña de operaciones diferente a la contraseña de acceso, repita el mismo procedimiento cada vez que tenga que teclear una contraseña. De esta manera, siempre garantizará que si hay un programa malicioso capturando lo que teclea, nunca logrará almacenar sus contraseñas correctas.

Esta técnica aunque muy simple, le permitirá utilizar máquinas no personales y realizar sus operaciones con la tranquilidad de que sus contraseñas no serán comprometidas.

Algunos enlaces sugeridos:

Antivirus:

- MaCfee AntiVirus Plus 2011.
  http://home.mcafee.com/Store/PackageDetail.aspx?pkgid=276
- AVG Anti-Virus - Edición gratuita 2011.
  http://free.avg.com/ww-es/antivirus-gratis-avg
- Norton Antivirus.
  http://norton-antivirus.softonic.com/

Anti-Spyware/Malware:

- Adaware Pro.
  http://www.lavasoft.com/
- AVG Anti-Spyware.
  http://avg-anti-spyware.softonic.com/

Pymes innovando, ¿espejos del futuro o... del presente?

María Juliana Tobón

El libro "Web 2.0 para Empresarios" se realizó especialmente para todos aquellos que sienten curiosidad sobre la aplicación de las herramientas propias de la Web 2.0 y quieren incursionar en ellas. Miembros del equipo de la Corporación Colombia Digital, de la mano de dos invitados especiales, el Profesor Jesús Arturo Pérez, Tecnológico de Monterrey, y la Profesora Lucy Medina, Escuela de Ingeniería de la Universidad Sergio Arboleda, brindaron un recorrido por diferentes opciones que se tienen a la mano y de forma gratuita, en su mayoría, para implementar en las empresas.

La Web 2.0 pone a disposición de todos, elementos de aprendizaje, la posibilidad de hacer Blogs y Wikis como herramientas para promocionar lo que se realiza, páginas Webs al alcance de todos, simulación de la oficina en lo virtual, redes sociales como insumo del mercadeo, presentaciones exitosas y atractivas, nuevas formas de hacer publicidad y algunos tips de seguridad para que el temor a la misma no sea más una excusa.









De esta manera y tras mencionar algunas herramientas Web 2.0 sugeridas a lo largo de este libro, **es importante detenerse ante casos de empresarios que han decidido hacer uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC – y han obtenido resultados y beneficios**. En primer lugar, una historia llena de flores los atrapará con el uso de presentaciones exitosas. Posteriormente, las redes sociales, como muestra de éxito comercial, los atraerán con el caso de una empresa caleña de Animación 3D. La tecnología con páginas Web exitosas, videos en redes sociales como Youtube, estarán presentes en Funtastic Lab, la nueva línea de la empresa manizalita

Fuente imágenes:
Image: ahmet guler / FreeDigitalPhotos.net
Image: bigjom / FreeDigitalPhotos.net
Image: graur razvan ionut / FreeDigitalPhotos.net
Image: Arvind Balaraman / FreeDigitalPhotos.net

Manga Link. Las soluciones móviles, por su parte, lucirán como la estrategia comercial de la empresa Dulces y Dulces. Y, por último, desde San Gil – Santander, un software contable enseña cómo se puede mejorar el funcionamiento de una organización.

Pero, antes de dar paso a los casos de éxito, es preciso destacar la importancia de las Mipymes para Colombia. **Las micro, pequeñas y medianas empresas no solo representan el 94%[1] de las empresas colombianas sino que, a su vez, vienen impactando más del 33% de la población económicamente ocupada, con una mayor representación en el sector del comercio, gracias a un 95% del empleo total.** Sin embargo, **en su gran mayoría no hacen grandes inversiones en tecnología pues consideran que el retorno a la inversión no se verá lo suficientemente rápido y siempre tienen entre sus prioridades otros gastos. Pero, ¿por qué cambiar la mentalidad y empezar a invertir en TIC?**

Entre las prioridades de todo empresario está el aumento de las ventas y para esto, el incremento, tanto de la productividad como de la competitividad, son esenciales. Recientemente, muchos expertos han adjudicado las TIC como una herramienta efectiva para el alcance de este punto. "Está claramente demostrado en las variables de productividad, el impacto positivo y casi el carácter de habilitador que tienen las tecnologías informáticas, dentro de las cuales se encuentran las tecnologías de Internet. Sin embargo todavía existe una brecha gigantesca en la apropiación de estas tecnologías para generar estos resultados positivos. Buena parte de esta brecha es por desconocimiento de las bondades o donde aplicarlas.[2]"

En este sentido, **se espera este libro, en tanto aporte al conocimiento, sea útil para acortar la brecha y que cada vez más empresarios las conozcan, sepan de sus utilidades y sus facilidades de acceso para muchas de ellas**. Las redes sociales y de microblogging, por ejemplo, son herramientas TIC gratuitas, que la mayoría de empresarios conoce pero que poco aplica en sus negocios. **Un estudio reciente, presentado en el diario Portafolio, muestra como no solo redes tan populares como Facebook y Twitter no son utilizadas por los microempresarios, sino que los demás usuarios hablan de las empresas sin que ellas siquiera se percaten**. "Colombia es el país con la proporción más discrepante: sólo 29% de las empresas tienen una cuenta, pero 86% son mencionadas por los usuarios de Twitter sin que las organizaciones parezcan darse cuenta de ello. "Sorprende la subestimación de ciertas herramientas digitales por parte de grandes empresas en Colombia, como lo refleja la baja participación en Twitter o la falta de desarrollo de blogs

1- Datos de la Presidencia de la República.
2- Daccach, José Camilo, "TIC para Productividad y Competitividad", Septiembre de 2010 en: http://www.deltaasesores.com/articulos/tecnologia/564-tic-para-productividad-y-competitividad-

corporativos, cuando los usuarios y consumidores colombianos prácticamente piden a gritos la presencia de las organizaciones en estos espacios", comentó Guido Gaona, director de Burson-Marsteller.[3]"

Ahora sí, demos una vistazo por cinco empresas de diferentes sectores que han hecho uso exitoso de las TIC.



Flores en tu casa

Luis Alberto Lemus, emprendedor bogotano con estudios en mercadeo y gerencia comercial y estratégica, quien **ha incursionado en la venta de flores de una manera particular y haciendo de la tecnología su valor diferenciador, hoy después de dos años de intenso trabajo ve como crear un negocio propio se puede hacer con poco dinero, pero con mucho ánimo, empuje y entusiasmo**.

El alma de emprendedor siempre ha estado con él, incursionó en la venta de zapatos por catálogo y de corbatas chinas a las cuales les ponía su propia marca. Este espíritu lo acompaña, desde finales de 2008, con su idea de tesis de grado. Efectivamente, Flores en tu casa nace como un proyecto de tesis pero pese a no retomarse desde el principio, tras un tiempo de laborar en el sector financiero y luego en el educativo, Luis Alberto se lanza a montar la empresa. "El motivo por el cual despegué con mi empresa fueron esas ganas de crear algo para uno, dejar de ser empleado y no verme en la situación de estar en el limbo del desempleo. Me lancé a montarlo porque no quería quedar con el sinsabor de no haberlo montado nunca".

Al hablar de los inicios pone de manifiesto lo duros que fueron por la escasez de clientes, de flujo de caja. Al principio su mercado se basaba, principalmente en hogares, a los que según lo establecido con el cliente, se les llevaba flores y una persona encargada de arreglarlas, cada semana o cada quince días. La satisfacción de los clientes, de la mano del llamado "voz a voz", hizo efecto y empezó a llegar a las oficinas, es decir a los clientes corporativos.

El Señor Lemus tenía muy claro que para impactar a estos clientes y fidelizarlos debía diferenciarse de los demás e hizo uso de una presentación multimedia en flash que se encargó de reflejar la calidad de su producto. Los clientes me decían "usted no es el típico que vienen con tres fotos sino que se diferencia desde el principio".



3- Portafolio.co (2010, Octubre). "Menos de la mitad de las empresas latinoamericanas están presentes en las redes sociales según estudio". Disponible en: http://www.portafolio.com.co/negocios/empresas/menos-de-la-mitad-de-las-empresas-latinoamericanas-estan-en-las-redes-sociales-_8129209-3

Estos nuevos clientes corporativos no demandan de un florista en el hogar, permitiendo así tener uno haciendo arreglos en una oficina y abriendo posibilidades a las ventas en línea, las cuales han incrementado casi en un 25% la facturación de la empresa. Para alcanzar dicho incremento, la página Web cuenta con herramientas de pagos en línea que buscan facilitar la compra al cliente pero al mismo tiempo llegar a otras ciudades fuera de Bogotá.

Paralelamente y como estrategia comercial, **la página cuenta con un espacio para los clientes donde ingresan y tienen la posibilidad de inscribir tres fechas especiales y Flores en tu casa se comunica con ellos para recordarle acerca de estas. En caso que no se realice una venta, el cliente recibe un recordatorio que tendrá presente para una futura ocasión, pero la gran mayoría de las veces, como lo dice Luis Alberto, "el cliente siente un compromiso". Esta estrategia de fidelización se acompaña de campañas de mailing que siempre buscan recordar al cliente que Flores en tu casa está ahí para cuando él lo necesite**.



Image: renjith krishnan FreeDigitalPhotos.net

Como otro recurso tecnológico, la empresa también cuenta con un GPS, sistema de georreferenciación que indica la posición del carro durante el día. Este ha permitido establecer las mejores rutas y recorridos según los pedidos, sectorizar Bogotá es una gran ganancia no solo para cumplir con todos los compromisos sino en los tiempos establecidos con ellos y permitiéndoles a los clientes conocer a qué distancia de su hogar se encuentra. "Es una herramienta que no es barata pero vale la pena tenerla, en principio quise llevarla a los clientes pero implica un desarrollo Web que tendría que tener usuario por cliente y por ahora se debe quedar ahí"[4].

De esta manera, **es claro que para el emprendedor de Flores en tu casa la tecnología es una herramienta útil, que está ahí y que hay que involucrarla. Ella facilita los procesos de toda índole, "creé tablas dinámicas en Excel que me coordinan la producción y me ahorran tiempo, dinero y personas"[4]. A futuro un CRM será de gran ayuda para Luis, pero como el mismo expresa, todo a su debido tiempo, aunque eso no le impide imaginarse a su empresa vendiendo más del 40% por la Web, con puntos de venta en diferentes ciudades del país y, porque no, en otros países a partir del sistema de franquicias**.

4- Luis Alberto Lemus, entrevista realizada por María Juliana Tobón, Corporación Colombia Digital, Octubre de 2010.

Vectorial Animation Studios

Marcial Quiñonez es un microempresario caleño, ingeniero electrónico de la Universidad Javeriana y hoy Gerente de Vectorial Animation Studios. Ha tenido desde mediados de su carrera una inclinación por el tema de Animación 3D. Empezó trabajando como freelance en la Universidad Javeriana, luego uno de sus compañeros de clase le propuso crear una empresa con un enfoque Web y otro de animación. Fue así como, de la mano de cuatro compañeros más, se creó Vectorial Studios. Actualmente, son solo tres socios y la empresa se encuentra dividida en dos líneas de trabajo.

Marcial comparte su pasión por la Animación 3D con estudiantes de las Universidades ICESI, Autónoma de Occidente y Javeriana, y se convierte en un caza talentos de esos muchachos de los cuales muchos se encuentran trabajando junto a él.

Tal y como lo planteaba, Vectorial Studios nace en el año 2000 con un área Web, encargada de ofrecer a los clientes páginas y portales Web, manejo de bases de datos, publicidad online, Intranet; y otra área audiovisual, enfocada en la creación de comerciales de televisión, videos institucionales, animaciones para eventos corporativos. Cada una de estas líneas se fue fortaleciendo, pero curiosamente, sin poner en marcha al interior los desarrollos que tenían los clientes.



En el 2007, la apuesta central fue realizar un cortometraje audiovisual, apuesta que nunca había dejado de rondar por la cabeza de Marcial y que ya era hora de concretar. Se contaba con un know how y un reconocimiento público gracias a la realización del primer video audiovisual en 3D hecho en Colombia "Si fuera lunático", en el 2006, el cual salió en cadenas nacionales, pero también en especializadas como MTV.

El corto animado, "Victeria y Globuleo", se tardó un año en desarrollo con una inversión propia muy alta. **A mediados de 2008, se inicia el proceso de venderlo y tras un fracaso en la negociación con Cine Colombia, se abre una puerta inimaginada pero aun mejor**.

Se planeó todo el lanzamiento del cortometraje por Internet y se inventó un esquema exactamente igual al de cine, compra de boleta, campaña de expectativa, día de estreno y toda el diseño gráfico simulaba estar en una sala de cine, pero desde Internet. Las boletas se adquirían diligenciando un formato en línea que permitía conocer la ciudad de procedencia, la edad, perfilar los interesados y, por otra lado, replicar la información en tres referidos que se debían ingresar.

La campaña se realizó sin asumir ningún costo, a partir de presencia en redes sociales, principalmente Facebook y Twitter, y free press en medios impresos como El País, El Heraldo y El Clavo. Al cabo de dos semanas, 5000 personas ya tenían su boleta virtual para "asistir" al estreno de "Victeria y Globuleo". "Cuando teníamos 10000 personas inscritas y aun faltaban dos meses para el lanzamiento, se presentó nuevamente el proyecto para su venta"[5]. Entre las empresas interesadas, esta vez, estaba Hewlett Packard, quien no solo patrocinó el evento virtual, sino que manifestó desde el principio interés en la realización de la película, proyecto que hoy los acoge. "Definitivamente, fue mejor que hacerlo con Cine Colombia"[5].





Para ese entonces y con la certeza que la posibilidad de un inversionista era latente, la empresa ya se había dividido dando paso así a Vectorial Animation Studios. El crecimiento actual de esta es cada vez mayor, "en tan solo tres años hemos pasado de cinco empleados a veinte de planta, y en el momento de producción de la película seremos más de cincuenta"[5].

Antes del lanzamiento nunca se había puesto en marcha ninguna estrategia Web, pero Marcial no deja de pensar que esa fue la mejor decisión, "mostrarnos que muchas cosas que hacíamos para clientes, se debían hacer para nosotros"[5]. Ahora todos los productos de la empresa tienen su página Web en Facebook, cuenta en Twitter, se hace toda la publicidad a partir de las redes sociales, impactando así posibles clientes de di-

5- Marcial Quiñónez, entrevista realizada por María Juliana Tobón, Corporación Colombia Digital, Noviembre de 2010.

ferentes partes del mundo. "Todo lo que tienen nuestros clientes lo queremos montar: Intranet 2.0, Carteleras Virtuales"[6].

Las TIC se convierten de esta manera en la forma más natural de promocionar tecnología, "si estás en eso tenés (sic) que utilizar la mejor plataforma"[6], y bajo la pretensión de ser la versión latinoamericana de Pixar, Vectorial Animation Studios se ha propuesto poner en marcha todas las estrategias Web que estén a su alcance. Más aun cuando se han caracterizado siempre por su capacidad de innovación y de llevar la delantera en los proyectos que emprenden.

Funtastic Lab – Manga Link

Mauricio Salazar, emprendedor manizalita que desde muy joven, tuvo total claridad que lo suyo era ser empresario, hoy ve los frutos de su emprendimiento con el premio para Latinoamérica en el "Open Screen Project Fund" de enero de 2010, fondo mundial para desarrollo de aplicaciones innovadoras para móviles que lidera Adobe Systems y Nokia, con el videojuego My Soccer Pet.

Tal y como lo señalan sus compañeros del Seminario Menor de Manizales, Mauricio siempre será conocido como el que llevó la ropa de marca y las gorras de la NBA al salón, "nos las metía hasta por lo ojos… desde el principio fue un gran vendedor", afirma uno de ellos. Pero, como todo emprendedor, ha conocido las dificultades de arrancar y a su corta edad ya sabe lo que es estar en quiebra. Sin embargo, su espíritu de lucha lo acompañó y lo llevó a crear MangaLink.

Esta empresa, parte de Parquesoft Manizales, que cuenta actualmente con veinte empleados ubicados en Bogotá y Manizales, se ha dedicado, con su línea más reciente Funtastic Lab al diseño de modelos alternativos para la distribución de contenido y entretenimiento digital. Los smartphones o celulares inteligentes son cada vez más usados por los ciudadanos del mundo, así que la creación de contenidos móviles para el entretenimiento es una idea no solo innovadora sino de gran acogida entre los usuarios. Más aun cuando el tema de la aplicación es el fútbol y se está en un año de Mundial.

El videojuego MySoccerPet tiene un amplio componente tecnológico, pero a su vez de imaginación y estrategia. Este fue pensado para el mundial de futbol del 2010, con la posibilidad de réplica para otros deportes de orden mundial y latinoamericano. Los jugadores más famosos, los ídolos del fútbol, se pueden llevar al celular, entrenar y ver como sus habilidades se potencian con los cuidados del usuario.

Y, **estas características fueron advertidas por Open Screen Project, el fondo mundial creado por com-**

6- Marcial Quiñónez, entrevista realizada por María Juliana Tobón, Corporación Colombia Digital, Noviembre de 2010.

pañías de alta tecnología para invertir en proyectos innovadores. Dar origen a herramientas de este tipo es más común de lo que se cree pero someterse a la minuciosa evaluación que acarree consigo la posibilidad de inversión, como lo están viendo Mauricio y su empresa, no lo es, pese a los importantes beneficios que se alcanzan.

Al haber sido seleccionado My Soccer Pet en enero de 2010, como un proyecto de interés para Nokia, se aprobaron los recursos económicos para el desarrollo de la primera fase, entrando así al portafolio de OVI Store de Nokia y siendo distribuida a nivel mundial a través de http://69.174.245.227/home.mvc/index.



La promoción de esta se ha hecho a través de páginas Web, Blogs, videos http://www.viddler.com/explore/mgallego/videos/1/ - http://www.youtube.com/watch?v=2g1HjGLGwbg obteniendo grandes éxitos y ubicándose en múltiples ocasiones en las listas de mayor escogencia de Nokia.



Paralelamente a los grandes alcances que se pueden vislumbrar con campañas de esta índole, el gran salto también se ha logrado a partir de participación en ferias internacionales que antes se veían lejanas o quizás ni se contemplaban. Las invitaciones a dictar conferencias en otras latitudes hoy son parte de la agenda de Mauricio. Esto se puede apreciar en: http://bitscloud.com/2010/10/oviexp-ovi-expedition-nokia-desarrolladores-videos/ - OVI Expedition 2010 realizada en Sao Paulo.

En palabras de Angela Serna, gerente de proyectos de la organización, "esto nos ha metido en un ambiente internacional al que no estábamos acostumbrados. Somos una empresa

pequeña de 20 personas, pero que ha crecido rápidamente, pasando de 4 a 20 empleados en menos de 3 años y que tiene como meta seguir y seguir creciendo"[7]. Pero también les ha mostrado que el crecimiento tiene que venir acompañado de la tecnología y es por esto que tienen como meta próxima, el desarrollo de Intranet para poder gestionar el conocimiento que se genera al interior de la empresa. "Nuestro mayor activo, pese al proceso constante de documentación que realizamos de cada uno de los proyectos, no puede seguir siendo de manera artesanal y archivado en un CD, el acceso en línea y con facilidad para todos, es inminente"[7].

En síntesis, **Mauricio y su equipo tienen claridad absoluta que la tecnología, llámese Web 2.0, Internet, herramientas tecnológicas, es una ayuda para ser más organizados, eficientes, productivos y por tanto competitivos**.

Dulces y Dulces

La compañía nariñense, comercializadora de dulces a lo largo del sur de Colombia no ha puesto en duda, en ningún momento, el importante impacto que ha tenido gracias a la aplicación móvil 7asp.



Dulces y Dulces, a la cabeza de Jairo Santa en tanto gerente comercial, requería agilizar el proceso de toma de pedidos, eliminar operaciones manuales y mantener actualizados a sus ejecutivos de ventas sobre listas de precios, catálogo de productos y cartera.

A partir de estas necesidades, el Señor Santa, caracterizado por su curiosidad frente a las herramientas TIC y con su permanente deseo de involucrarlas en su empresa, se puso a la tarea de encontrar una herramienta que le brindara la solución. Y fue 7ASP quien le ha servido desde entonces para responder y apoyar principalmente el proceso comercial en campo de la organización.

Jairo se desplaza por todo el sur del país y estar atento al progreso comercial de la compañía y las ventas de cada uno de los impulsadores se hacía verdaderamente imposible. Ahora, en medio de sus viajes y haciendo uso de su teléfono móvil, puede seguir a cada uno de ellos, así como informar los productos que se van acabando por ventas, el modelo de contrato que se estableció con el cliente, entre muchos otros aspectos.


Image: Vlado FreeDigitalPhotos.net

"Es cierto que adquirir 7asp tiene un costo, pero realmente este no representa nada en contraprestación al servicio que se recibe"[8]. La tecnología ya estaba presente en la empresa

7- Ángela Serna, entrevista realizada por María Juliana Tobón, Corporación Colombia Digital, Noviembre de 2010.
8- Jairo Santa, entrevista realizada por María Juliana Tobón, Corporación Colombia Digital, Diciembre de 2010.

pues se viene haciendo uso de Acamboide http://colombia.acambiode.com/empresa_80088030070152485069675748554548.html para que posibles importadores o vendedores de dulces de otras partes los contacten, pero los beneficios comerciales que ha acarreado consigo 7asp no tienen igual.

Además, vale la pena traer a colación que esto ha logrado el impacto esperado en la empresa al punto que hoy tiene el apoyo para poner en marcha un nuevo proyecto. La meta próxima es la página Web y esta no solo quiere enseñar los datos de contacto de Dulces y Dulces sino mostrar todo el catálogo de productos y permitir la realización de pedidos. Poco a poco se irá pensando en integrar modelos de pagos en línea pero por ahora Jairo siente que el avance es enorme y los resultados que traerá para la empresa aun no se pueden dimensionar en su totalidad.

Coohilados del Fonce

COOHILADOS DEL FONCE LTDA

John Fredy Ayala, responsable y gran impulsor del área de sistemas de la Cooperativa Santandereana Coohilados del Fonce, no se cansa de mencionar los beneficios que se han obtenido con la implementación de un Sistema de Información Contable y Gerencial para Pymes. "Por fin tenemos el control de la empresa, tenemos la información a la mano[9]".

La ciudad de San Gil, es una rica en la producción de Fique, pero nunca antes se había pensado en la producción de su fibra de manera industrial hasta la llegada de inversionistas santandereanos que dieron origen en 1958 a Hilanderías del Fonce. A lo largo de las tres primeras décadas de trabajo, la producción llegó a importantes niveles de comercialización. Sin embargo, distintas dificultades, como la diversificación de cultivos por parte de los campesinos, la carga prestacional de la empresa, llevaron a los inversionistas a darla por terminada.

No obstante, sus empleados decidieron retomarla, invertir en ella, y sacar a flote el negocio que nadie mejor que ellos conocía. La figura que originaron fue la de Cooperativa, que les permite vincular socios sin importar el número y los recursos que se inviertan, así como realizar otras actividades y prestar otros servicios que los beneficia como comunidad. Entre estas se encuentran fomento y desarrollo de la microempresa, aportes y crédito, construcción de vivienda y demás que se requieran en desarrollo de su objeto social.

Para poder cumplir con estos objetivos, la gestión que se lleva a cabo en la empresa debe ser sumamente eficaz, pues puede que no se hayan puesto como meta el incremento en un porcentaje específico de la productividad, pero su objeto social lo impulsa indirectamente. Es así como **la tecnología se convierte en la mejor he-**

9- Jhon Fredy Ayála, entrevista realizada por María Juliana Tobón, Corporación Colombia Digital, Diciembre de 2010.

rramienta. Contar con un software que no solo les permite tener a la mano toda información comercial sobre los clientes, sus pagos, sus pedidos sino también información personal como el día de cumpleaños, les garantiza una comunicación directa y efectiva avanzando así en la fidelización de los mismos.

"El servicio al cliente y al proveedor ha mejorado, se le ofrece más información y de una manera más sencilla", aunque con el usuario principal que es el bodeguero no se ha logrado sistematizar el tema de los inventarios. En ese aspecto hay aun mucho por hacer, pero para eso tienen toda la energía y la voluntad, además de la experiencia y muestra exitosa con los otros grupos mencionados.

Para el 2011 la apuesta está clara, la oficina de sistemas se encargará de sensibilizar a los bodegueros, capacitarlos y poner en marcha las adecuaciones necesarias para tener cuanto antes inventarios sistematizados y en línea. Así mismo, la renovación de la página Web es un aspecto más que necesario. "Una vez la tecnología entra ningún área se puede quedar sin ella, todos la quieren usar, todos la queremos tener de nuestra parte".


Image: jscreationzs / FreeDigitalPhotos.net

En conclusión, en el caso de Flores en tu casa, la estrategia TIC se basó en la elaboración de presentaciones llamativas e innovadoras que al momento de una visita o de un primer contacto el cliente quedará impresionado y fidelizado con la empresa. Asimismo, buscaron suministrar recursos adicionales en su página Web que le facilitarán las compras a sus clientes gracias a una herramienta para pagos en línea, pero también que les brindará una mayor cantidad de datos como la opción de poder incluir tres fechas importantes a recordar.

Vectorial Studios así como Funtastica Lab, hacen uso de las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube, para promocionar sus productos y alcanzar no solo clientes para el consumo de estos sino patrocinadores del mismo.

Dulces y Dulces, por su parte, con el fin de mejorar su labor comercial, se afianzó en soluciones móviles de manejo de clientes y publica sus productos en clasificados Web como Acamboide. Siguiendo esta misma necesidad, Cohilados del Fonce, ha implementado una solución para el manejo comercial de sus clientes, que les permite conocerlos un poco más pero ante todo les proporciona información sobre sus fechas de pago, sus pedidos y entregas.

De esta manera y tras haber hecho un amplio recorrido por cinco empresas, cada una con sus características propias y parte de sectores diferentes de la economía y ubicadas a lo largo del país, se logró poner en evidencia la utilidad de las TIC en el sector productivo. Como bien se pudo obser-

var en cada uno de los casos expuestos, cada uno según sus necesidades pero todos con miras a lograr más clientes, un nivel superior de organización interna, eficiencia y, por supuesto, una mejor y mayor productividad.

De los autores

Álvaro Rodríguez Díaz

Educador, consultor para temas de apropiación social de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, Asesor Regional del programa Conexión Total del Ministerio de Educación Nacional, columnista y bloguero invitado para la Corporación Colombia Digital, twittero por pasión y consultor en Competencias ciudadanas para Instituciones Educativas.

Ana Cecilia Mejia

Psicóloga con especialización en Administración de Empresas y Diseño y Planeación del Desarrollo Regional, con experiencia en el sector público y gran interés en el diseño y ejecución de proyectos sociales. Actualmente es la Directora Administrativa de la Corporación Colombia Digital.

Ángela Bohórquez

Comunicadora social y periodista graduada de la Universidad del Norte con experiencia en las áreas de investigación, producción de televisión y logística de eventos. Se ha desempeñado como parte de comités de logística de eventos, productora de dos programas del canal interno de la Universidad del Norte, periodista en medios escritos y digitales e investigadora en trabajos relacionados con los temas de ciudadanía y género. Fue la directora de contenidos del Portal Web dentro de la Corporación Colombia Digital y actualmente se desempeña como Productora de portales transaccionales de El Tiempo, Casa Editorial.

Hugo Torres Linares

Estudiante de ingeniería de sistemas de la Universidad Distrital Francisco de Caldas con experiencia en el campo de soporte de logística, desarrollo de software, programación y diseño. Con buen manejo del inglés, actualmente se desempeña como ingeniero de sistema dentro del equipo Web de la Corporación Colombia Digital con funciones relacionadas con el servidor, desarrollo de la plataforma en Joomla y soporte técnico en sistemas.

Jesús Arturo Pérez Díaz

Ingeniero de Sistemas Computacionales, PhD. en Informática con especialidad en seguridad en redes, ob-

teniendo su grado con sobresaliente cum laude. Ha trabajado como Jefe del Departamento de redes y soporte Técnico en el ayuntamiento de Aguascalientes. A finales de 2000 se incorporó al departamento de informática de la Universidad de Oviedo como profesor investigador y se convirtió en miembro del proyecto europeo AgentLink, y durante 2001 ocupó el cargo de subdirector de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Oviedo.

Cuenta con reconocidas certificaciones de CCNA, CCNP y CCAI de Cisco Systems. Ha dirigido varias tesis de maestría y doctorado en el ámbito de las comunicaciones inalámbricas y seguridad de igual forma ha publicado más de 20 artículos en revistas y congresos internacionales. En 2006 fue reconocido por el grupo de universidades europeas COIMBRA como uno de los mejores investigadores jóvenes de Latinoamérica, gracias a esta condecoración fue seleccionado para trabajar en la Universidad de Lovain-le-Neuve, en Bélgica.

En mayo de 2007, fue reconocido por el CIGRÉ (Consejo Internacional de Grandes Sistemas Eléctricos) como el creador del mejor sistema de comunicación y telecomunicaciones para sistemas eléctricos de Ibero América, derivado de la publicación de una tesis de maestría coordinada por él en el campus. En Octubre de 2007, fue ganador del tercer lugar del premio Intel de Innovación empresarial, con el proyecto "TrusteME: sistema de banca móvil y pagos electrónicos seguros".

De igual forma se encuentra certificado en Patentes y Marcas por parte del instituto Mexicano de Propiedad Industrial. Actualmente, es el director de los programas de postgrado en computación, así como profesor investigador del campus Cuernavaca.

María Juliana Tobón

Politóloga de la Universidad Javeriana con énfasis en Integración al Sistema Internacional. Se ha desempeñado como consultora de la Fundación Alvaralice en proyectos de construcción de paz y de la Corporación Colombia Digital en el programa Mipyme Digital. Así mismo, ocupó el cargo de coordinadora de Relaciones Interinstitucionales de Proyectos Especiales de Publicaciones Semana. En la actualidad, asesora el área de Proyectos Especiales de la Corporación Colombia Digital. Encargada de las secciones Emprenda TIC, el observatorio Observando TIC y la columna Murmullos del Observatorio.

Mayerly Rodríguez

Diseñadora Gráfica y Publicitaria con amplia experiencia en diferentes campos; ejecutiva de cuenta, diagramadora, diseñadora de medios impresos como revistas, catálogos, plegables, brochures, diseño de imagen corporativa, ilustración, y diseño Web. Actualmente se desempeña como webmaster de la Corporación Colombia Digital.

Laura Ayala

Diseñadora gráfica con amplia experiencia en la gestión y ejecución de proyectos de tecnología y educación en población vulnerable. Se ha desempeñado como Coordinadora del INTEL Computer Clubhouse en Costa Rica y Museo de los Niños en Colombia, además de apoyar el desarrollo de programas sociales e inclusión digital de la Fundación PANIAMOR en Costa Rica. Fue asesora de proyectos de educación y desarrollo social y webmaster en la Corporación Colombia Digital. Actualmente es coordinadora de Gestión de Conocimiento en la misma institución.

Lucy Medina

Candidata a doctor en Ingeniería informática en la Universidad de Salamanca, con Diploma de Estudios Avanzados de la misma universidad. Magíster en Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional de Colombia, especialista en Pedagogía de la Universidad Pedagógica Nacional, Ingeniera de Sistemas de la Universidad Piloto de Colombia, docente universitaria por más de quince anos, docente investigadora de la Universidad Sergio Arboleda, directora del grupo de Investigación Tecnología y Ciencias del Espacio, líder de la línea Desarrollo de software y vicedecana de la Escuela de Ingeniería de la Universidad Sergio Arboleda.

Rafael Orduz

Economista, Ph.D. Ciencias Económicas U. Göttingen , 1990 (Alemania Federal), Posgrado Desarrollo Agrícola U. Kassel , 1990 (Alemania Federal). Director Federación Industrias Metalúrgicas, 1980-84 (Fedemetal, Bogotá). Director Instituto Nacional del Acero, 1984-86 (Bogotá). Director Unidad Empresarial en Planeación Nacional (1990-92), Viceministro Educación Nacional (1991-93), Director General Instituto Colombiano Bienestar Familiar (1993-94), Senador (Partido Visionario, 1998-2002). Vicepresidente Unión de Industrias Químicas (1994-98), Presidente Empresa Telecomunicaciones de Bogotá (2004-2008). Profesor Entorno Económico, 1991-2011 (Inalde-Edime, U.de la Sabana, Colombia). En la actualidad Director de la Corporación Colombia Digital y Decano de la Escuela Ingeniería U. Sergio Arboleda (Bogotá). Miembro Juntas Directivas varias.

Oswaldo Ospina Mejía

Economista, Magister en Educación de la Universidad de La Sabana y Fellowship del Instituto Tecnológico de Massachussets en proyectos de innovación educativa con tecnología. Durante 5 años hizo parte de la Red Intel Computer Clubhouse liderada por el Museo de Ciencias de Boston (E.E.U.U), como coordinador del Clubhouse de la Fundación Compartir en Bogotá, programa enfocado

en el desarrollo de las capacidades creativas de los jóvenes a través del uso de medios digitales. En la actualidad es el encargado del área de TIC, Educación y Desarrollo Social de la Corporación Colombia Digital, desde la cual ha participado en el diseño, ejecución y evaluación de proyectos con entidades tales como el Ministerio de Educación Nacional, la Gobernación del Meta, la Fundación Telefónica, la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá, entre otras.




Corporación Colombia Digital
Bogotá, Colombia - Julio 2011
ISBN 978-958-99999-0